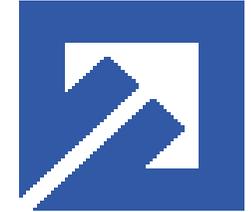


Der E-Business-Zustand in den kleinen und mittelständischen Unternehmen der Städte Braunschweig, Salzgitter und Stadt und Landkreis Wolfenbüttel

-Bestandsaufnahme, Probleme und Perspektive-

Prof. Dr. Reza Asghari
Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel
Fachbereich Recht
April 2002

In Zusammenarbeit mit:



Oracle Deutschland GmbH

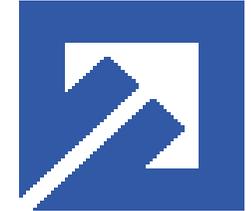


TEMA-Q



Stadt Salzgitter

Einleitung

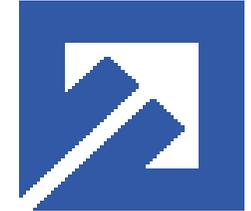


Die Internetrevolution verändert in dramatischer Weise die Strukturen der Unternehmen. Beschleunigung von Transaktionen, Verkürzung von Arbeitswegen und die Veränderung der Unternehmensorganisation sind die unmittelbaren Folgen des Digital Business. Dabei werden nicht nur die Kosten gesenkt und durch neue Geschäftsmodelle neue Umsätze generiert, sondern und vor allem werden die Produktlebenszyklen gekürzt und die Innovationsdynamik in einem bis jetzt noch nie da gewesenen Ausmaß angestoßen.

Die Einführung von UMTS wird dem Digitalisierungsprozess einen neuen Schub geben. In Fachkreisen gehört E-Commerce bereits der Vergangenheit an und man bereitet sich mit Vehemenz auf M-Commerce vor.

Die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen wird in Zukunft zunehmend davon abhängen, in wieweit sie das Internet zur Abwicklung von Geschäftsprozessen entlang der gesamten Wertschöpfungskette einsetzen. Diese Entwicklung stellt jedoch neue Herausforderungen an die Unternehmen der Old Economy, deren Bewerkstelligung ohne externe Unterstützung kaum denkbar ist.

Die rasant fortschreitende Entwicklung der Informationstechnologie überfordert die Aufnahmefähigkeit der mittelständischen Industrieunternehmen. Nur ein Bruchteil dessen, was in betriebswirtschaftlichen Internetanwendungen aktuell möglich ist, wird tatsächlich von Unternehmen in Anspruch genommen.

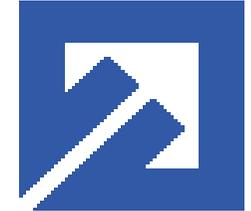


Der Mittelstand stellt das Rückgrat der deutschen Wirtschaft dar. Er erbringt 65% der gesamtwirtschaftlichen Leistung der Bundesrepublik und sichert 75% der gesamten Arbeitsplätze. Die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft im internationalen Wettbewerb geht mit der Konkurrenzfähigkeit des Mittelstands einher. Die einsetzende Informationsrevolution sorgt einerseits für die Transparenz von Märkten andererseits verwischt sie die schützenden nationalen Grenzen. Die Einführung des Internet erleichtert den Preisvergleich auf dem internationalen Markt und lässt den Wettbewerbsdruck auf den Mittelstand ansteigen.

Der Einsatz von Internet basierten, betriebswirtschaftlichen Lösungen trägt erheblich zur Kostensenkung und Geschäftsgeschwindigkeit des Mittelstands bei. In den digitalisierten, stark international ausgerichteten Märkten kann der Mittelstand sich nur dann behaupten, wenn der E-Business fit wird; und zwar nicht in 10 Jahren sondern möglichst in 3-5 Jahren. Der Beitritt der osteuropäischen Länder in die EU wird den Wettbewerbsdruck auf die mittelständischen Unternehmen in Südostniedersachsen erhöhen. Die Digitalisierung von Unternehmensprozessen entlang der Wertschöpfungskette von Beschaffung und Einkauf über Fertigung und Logistik bis zu Vertrieb, Marketing und Kundendienst senkt die Prozess- und Transaktionskosten erheblich und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen in der Region.

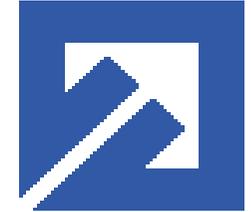
Um die E-Business Transformation voranzutreiben, ist es notwendig, den Ist-Zustand der Unternehmensstrukturen hinsichtlich der Internetnutzung zu analysieren.

Ferner muß die subjektive Wahrnehmung der Entscheidungsträger bezüglich des Geschäftspotentials von E-Business herausgestellt werden.



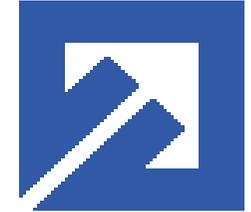
Die empirische Untersuchung “Der E-Business-Zustand in den kleinen und mittelständischen Unternehmen der Städte Braunschweig, Salzgitter und Stadt und Landkreis Wolfenbüttel -Bestandsaufnahme, Probleme und Perspektive-“ soll dazu beitragen, ein objektives Bild vom E-Business Zustand der kleinen und mittelständischen Unternehmen in der Region zu gewinnen. Die hier vorliegenden Ergebnisse können helfen, die E-Business Maßnahmen von Seminaren und Schulungen bis hin zu Weblösungen aller Art zielgerichteter an die Bedürfnisse des Mittelstands in den untersuchten Städten anzupassen und schließlich die E-Transformation effektiver zu gestalten.

Ziele der Studie



- Erfassung des E Business Zustands in den kleinen und mittelständischen Unternehmen in Braunschweig, Salzgitter, Stadt und Landkreis Wolfenbüttel
- Bestimmung der konkreten Probleme der kleinen und mittelständischen Unternehmen bzgl. der Wahrnehmung und Umsetzung der E Transformation
- Die gewonnenen Ergebnisse sollen helfen, die E Business Maßnahmen von Seminaren und Schulungen bis hin zu Weblösungen aller Art zielgerichteter an die Bedürfnisse des Mittelstands in den untersuchten Städten anzupassen und schließlich die E Transformation effektiver zu gestalten

Erreichung der Ziele des Projekts in vier Schritten



1.Phase: Vorbereitung

- Konstituierung und organisatorische Vorbereitung
- Literaturrecherche
- Sichtung von Daten und Dokumenten
- Entwicklung des Interviewleitfadens

2.Phase: Datenerhebung

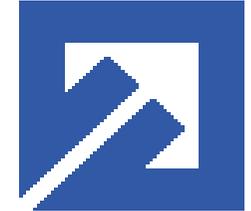
- Durchführung von Interviews in telefonischen Gesprächen

3.Phase:Auswertung

- Erarbeitung von Kriterien für eine Bewertung aus dem erhobenen Datenmaterial
- Verknüpfung von Datensätzen
- Analysedurchführung

4. Phase: Abschluß

- Diskussion der empirischen Ergebnisse
- Fertigstellung des Abschlußberichtes



Durchführung

Die Untersuchung wurde im WS 2001/2002 im Rahmen eines Praxisprojektes mit Studierenden des Fachbereichs Recht der Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel durchgeführt. Die Befragung erfolgte im Zeitraum Oktober bis Dezember 2001.

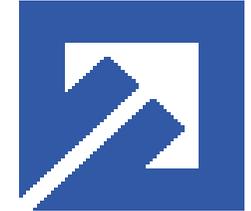
Zunächst wurde eine Auswahl von 463 Unternehmen schriftlich von der bevorstehenden Untersuchung informiert. Von diesen 463 Unternehmen beteiligten sich anschließend 152 Unternehmen an der telefonischen Befragung. Die 152 Unternehmen teilen sich wie folgt auf die Städte und Landkreise auf:

Braunschweig : 79 Unternehmen

Wolfenbüttel: 36 Unternehmen

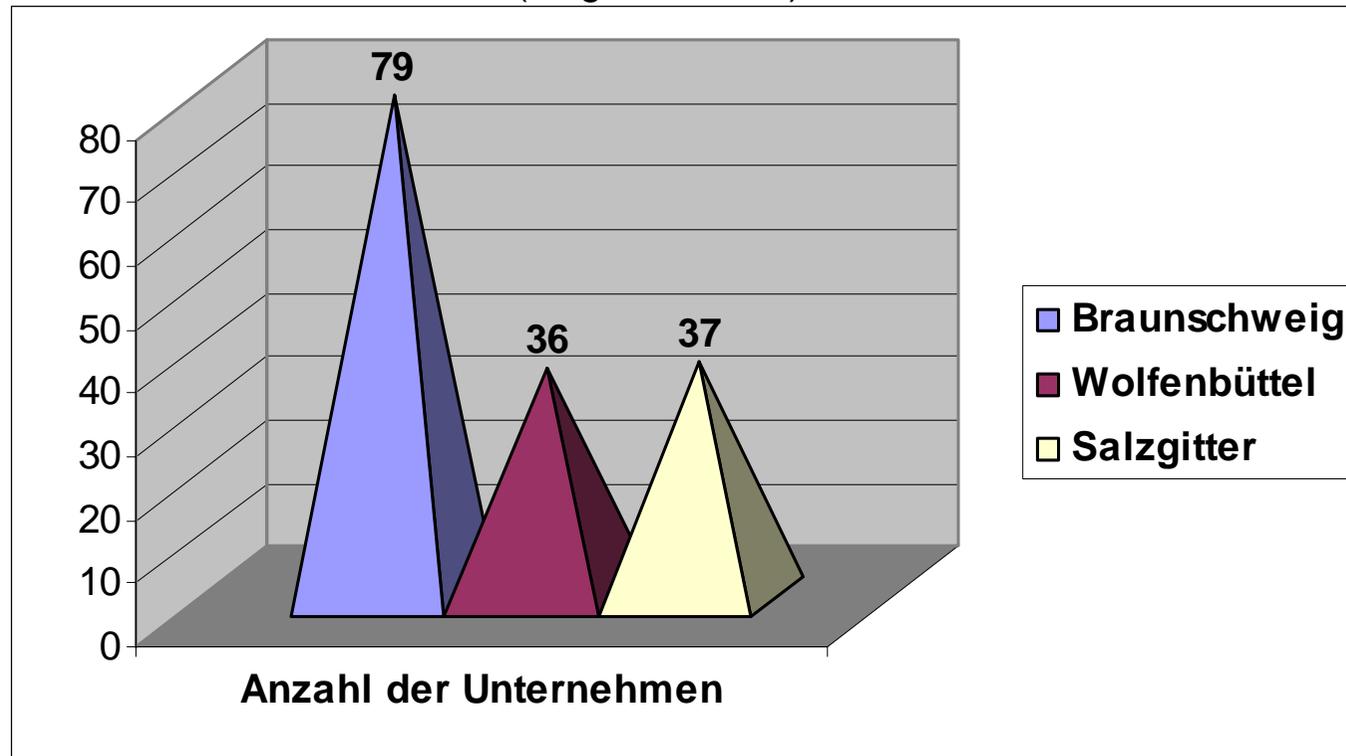
Salzgitter: 37 Unternehmen

1. Daten der Untersuchungsobjekte



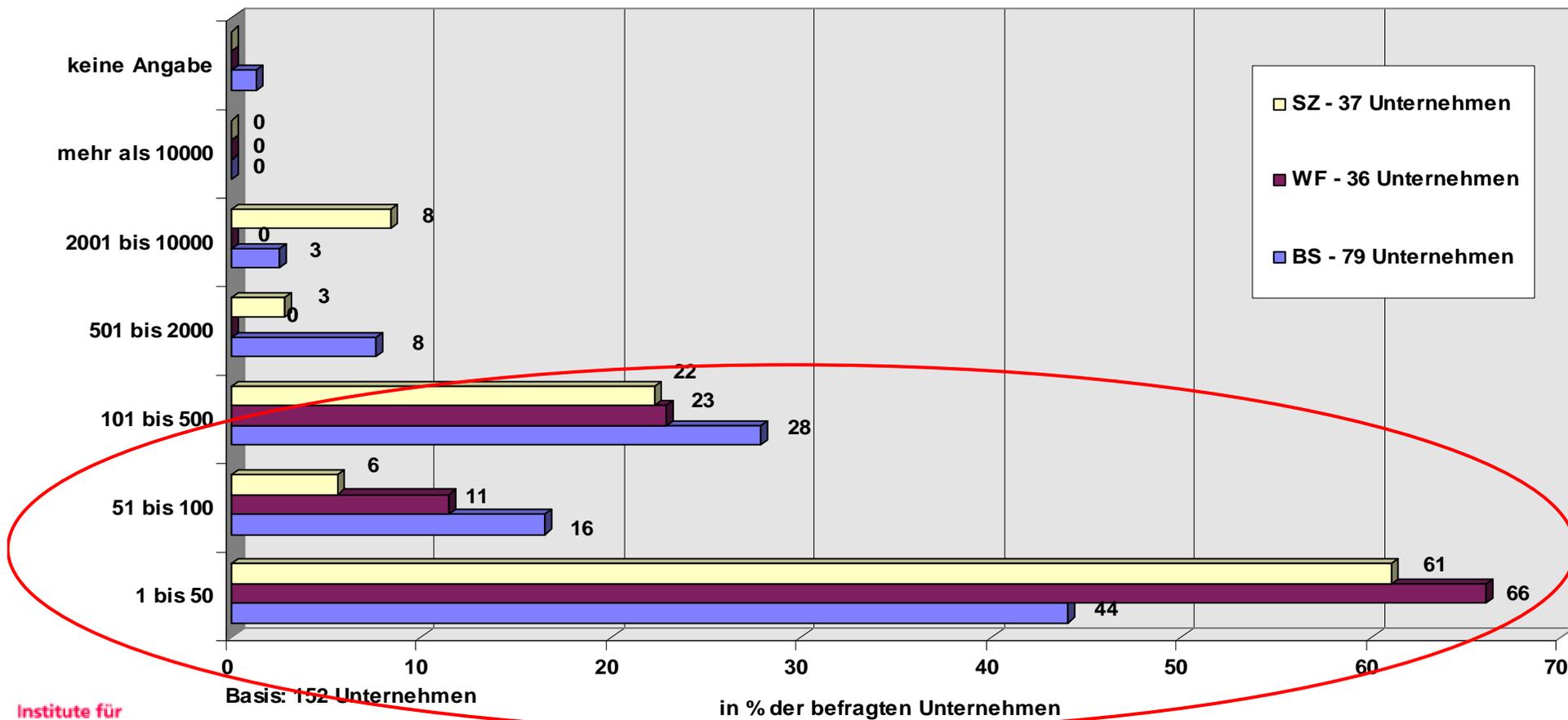
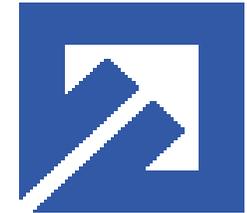
Anzahl der Untersuchungsobjekte

(insgesamt 152)

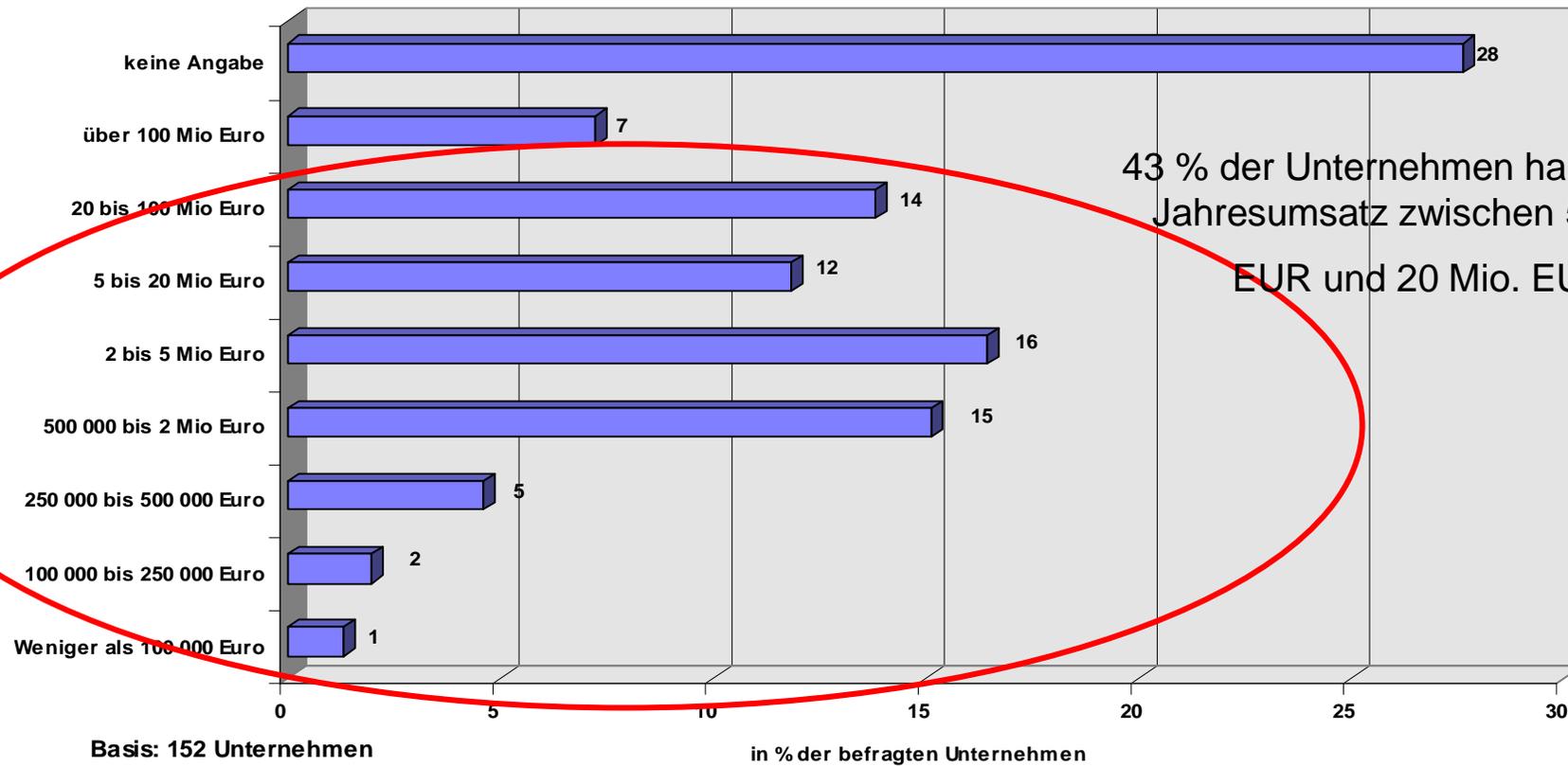
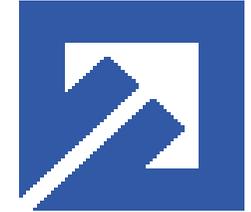


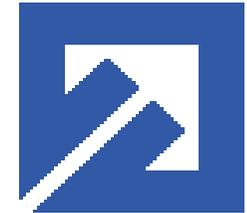
- Insgesamt hatten 53 % der befragten 152 Unternehmen zwischen 1 und 50 Mitarbeiter. 13 % der Unternehmen beschäftigen 51 – 100 Mitarbeiter, 26 % 101- 500 Mitarbeiter. 5 % der Unternehmen haben 501 – 2000 Mitarbeiter und 3% der Befragten haben über 2001 bis 10.000 Mitarbeiter.

Mitarbeiterzahlen der befragten Unternehmen

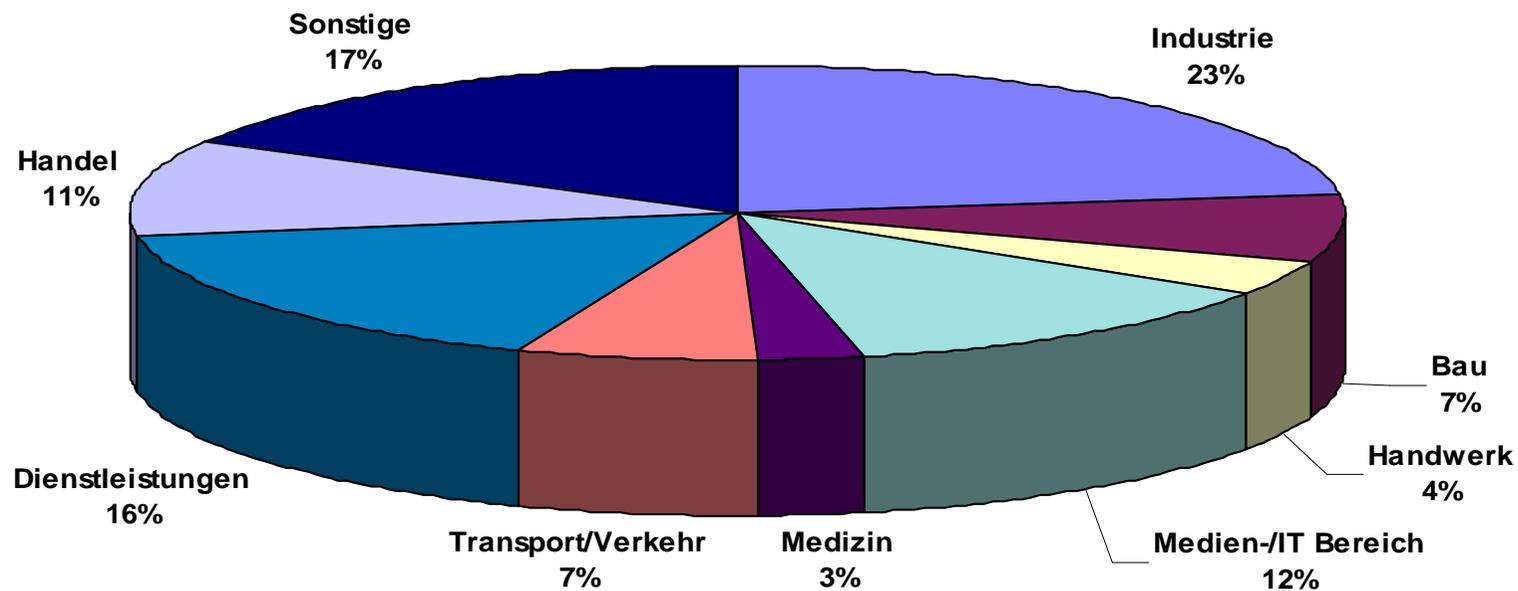


Jahresumsatz der befragten Unternehmen



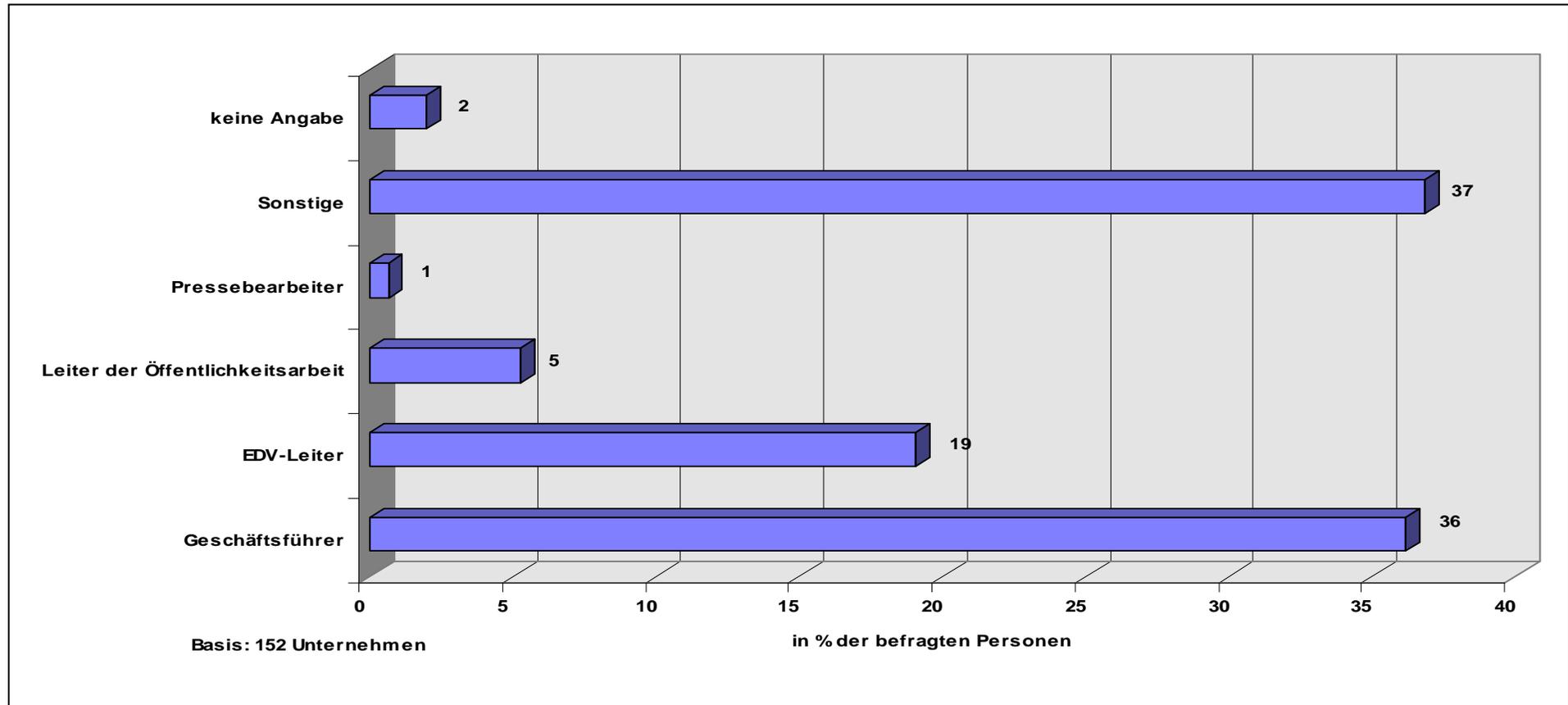
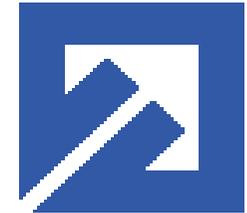


Branchenverteilung

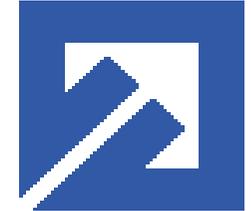


Der Branchendurchschnitt der befragten Unternehmen bewegt sich in einem ausgewogenen Durchschnitt.

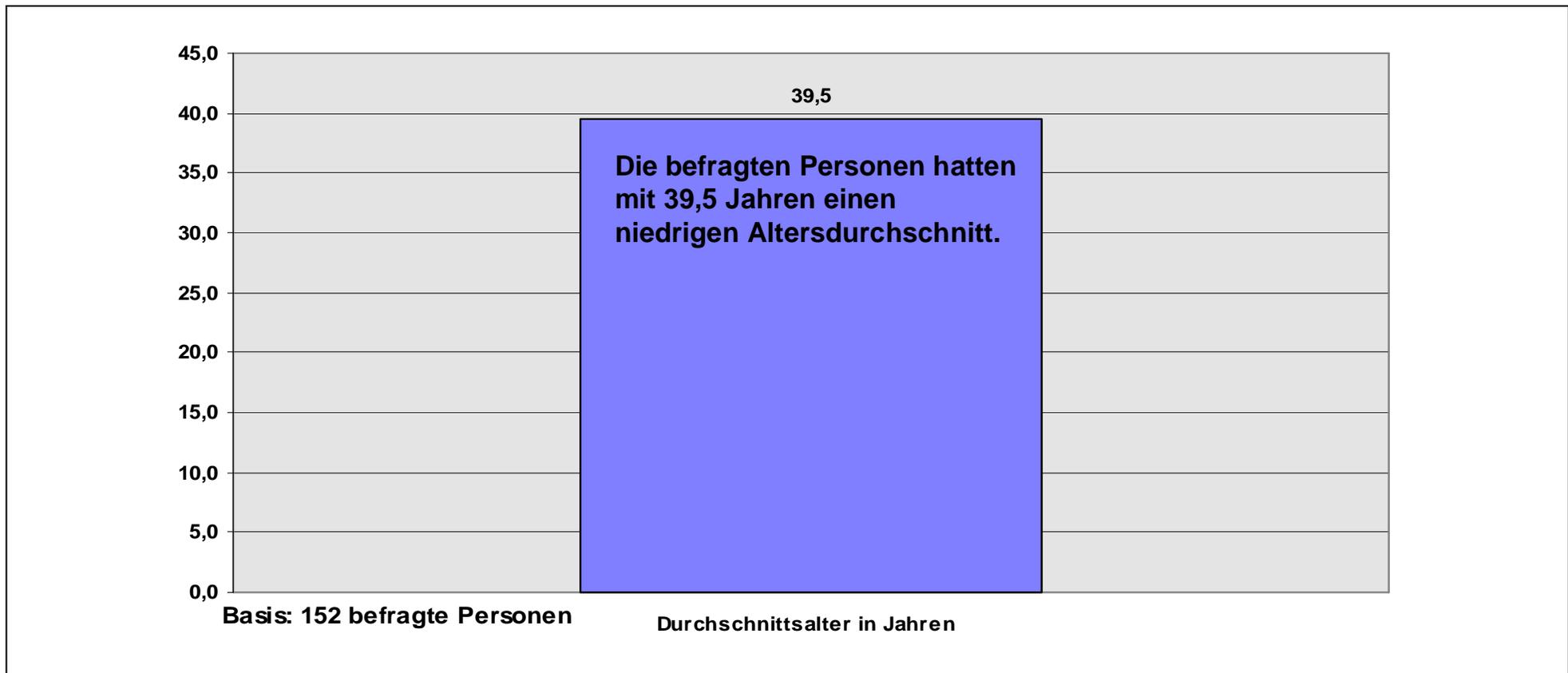
Position der interviewten Personen



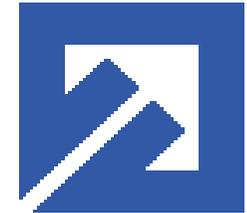
36 %, der im Interview befragten Personen, bekleideten die Position des Geschäftsführers, 19% die des Leiters der EDV Abteilung. Es wurden somit in erster Linie die Entscheidungsträger in den kleinen und mittelständischen Unternehmen befragt.



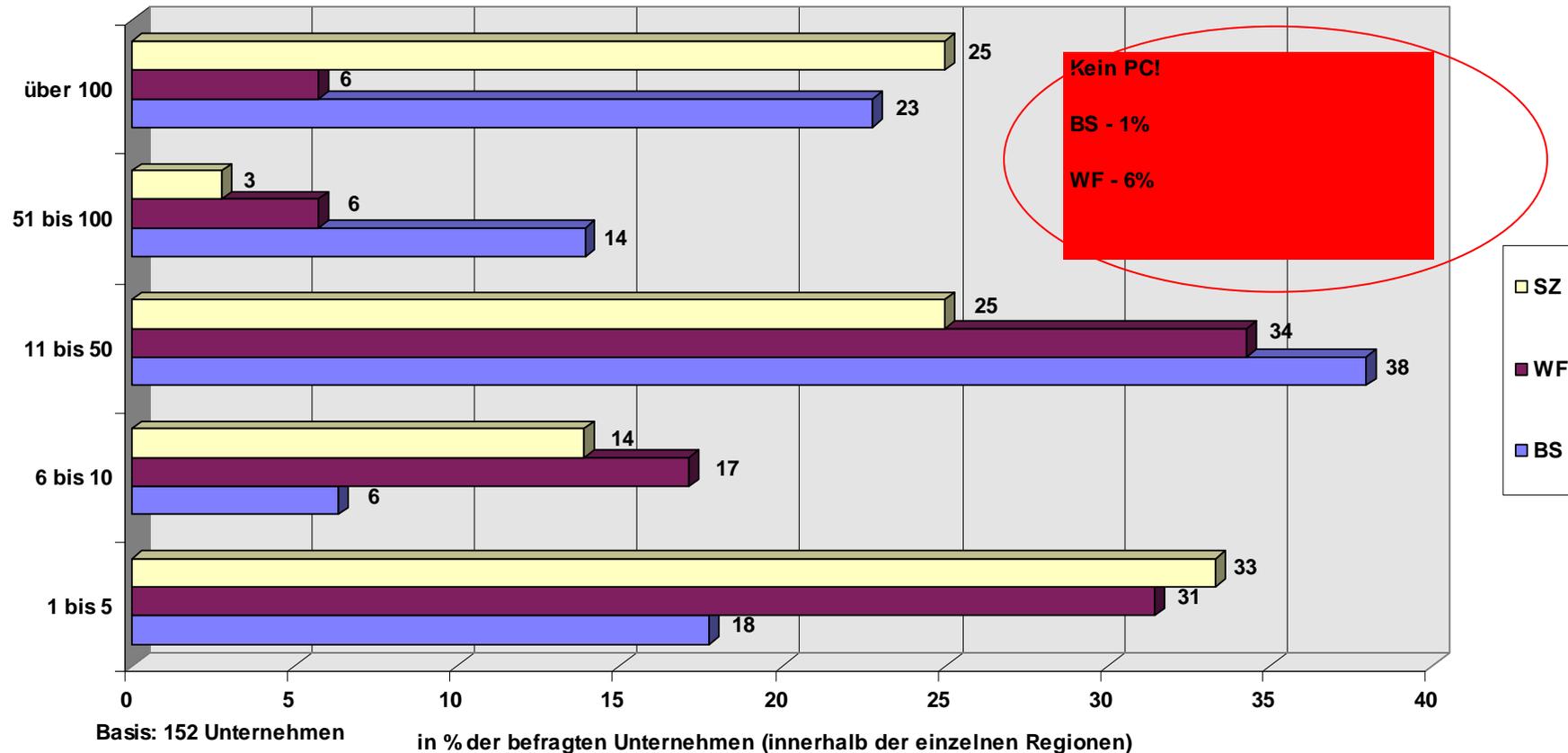
Durchschnittsalter der befragten Personen



2. Verbreitung des E-Business Ausstattung mit PC

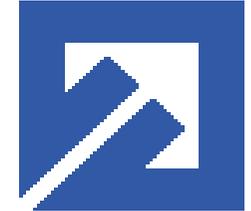


PC's in den Unternehmen

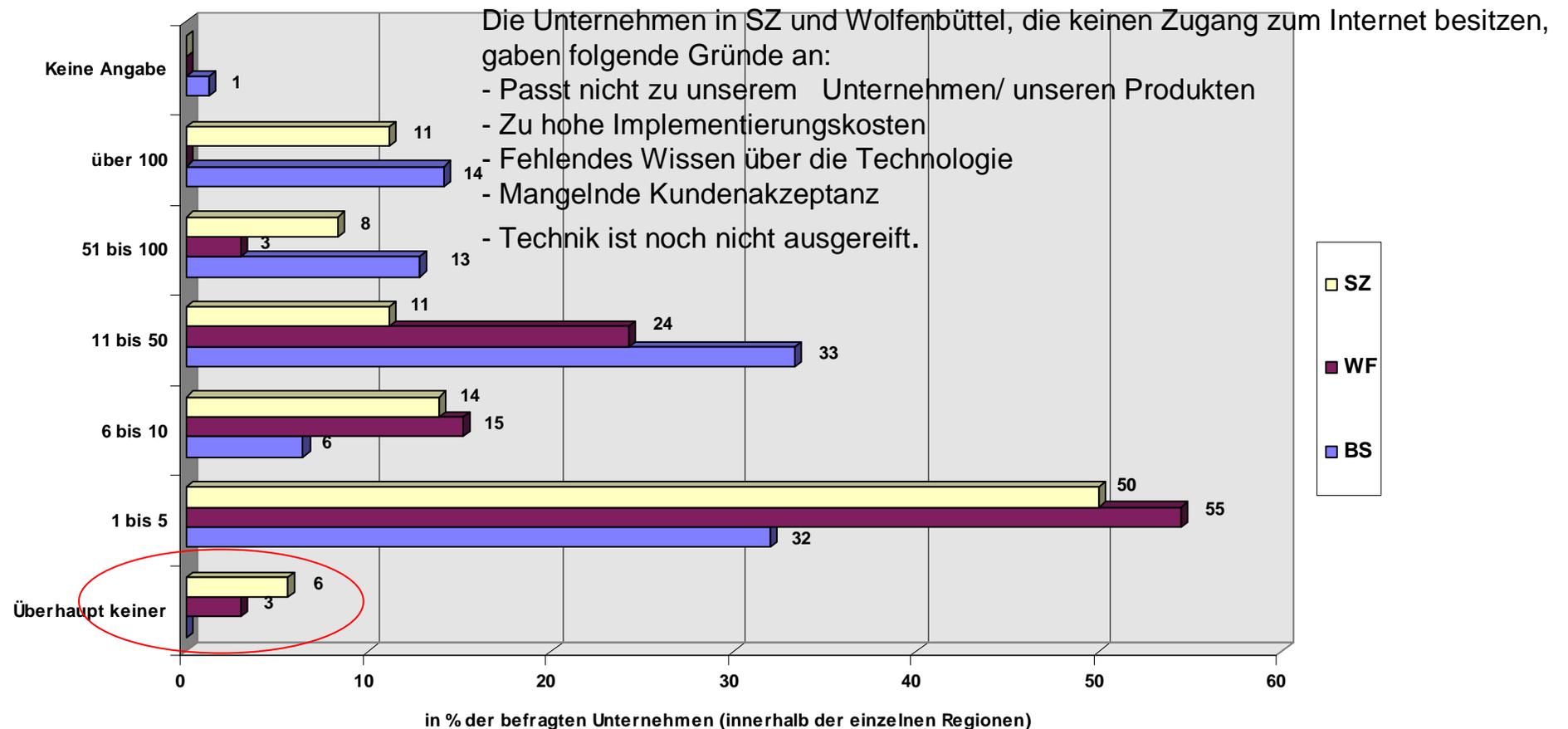


Erstaunlicherweise sind 1% der befragten Unternehmen in Braunschweig und 6% der befragten Unternehmen in Wolfenbüttel nicht mit PCs ausgestattet. Die befragten Salzgitteraner Unternehmen besitzen alle zumindest einen PC.

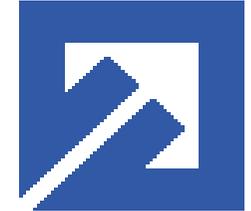
Ausstattung der PC und Internetzugang



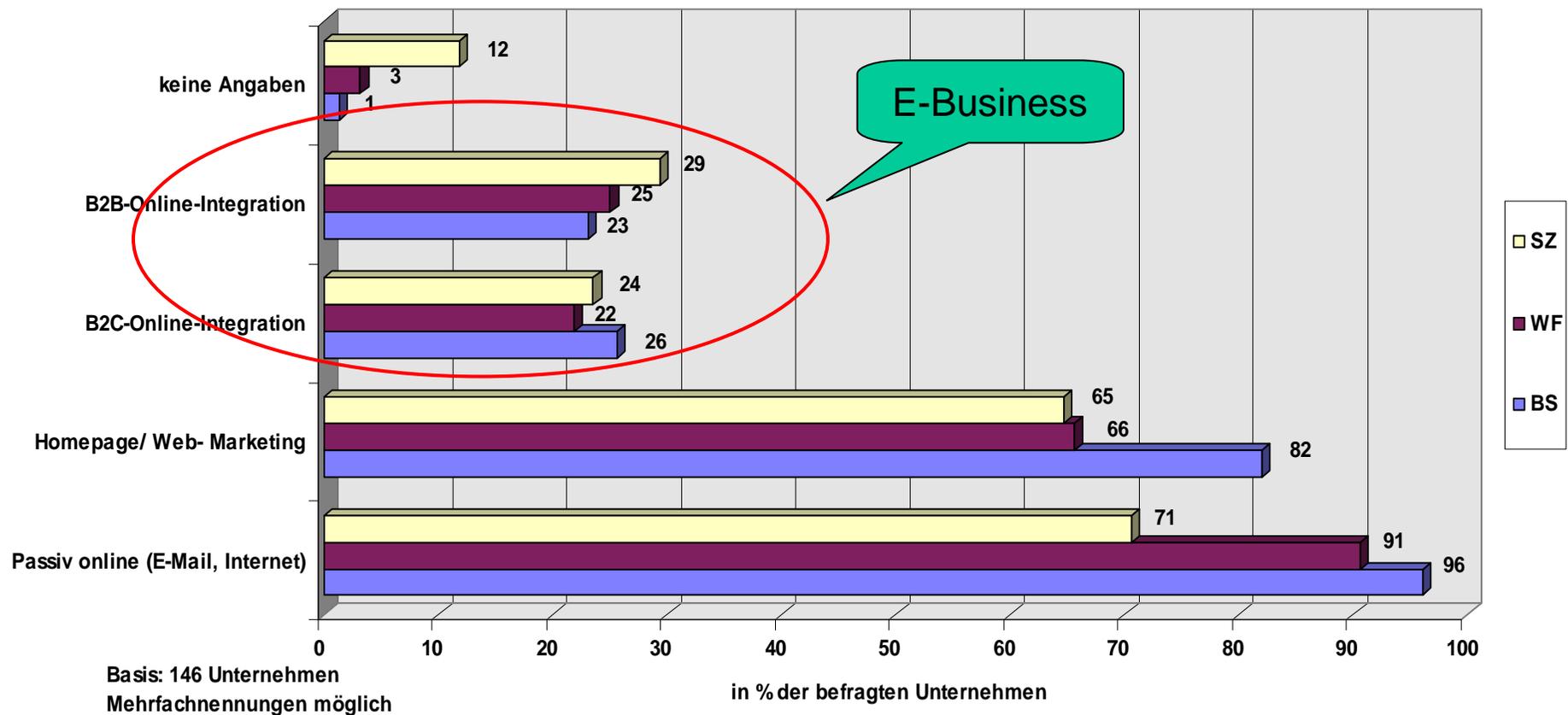
Davon sind mit Internetzugang ausgestattet



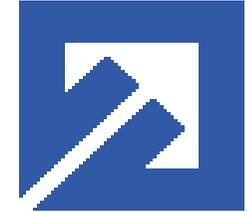
B2B und B2C spielen nach wie vor untergeordnete Rolle



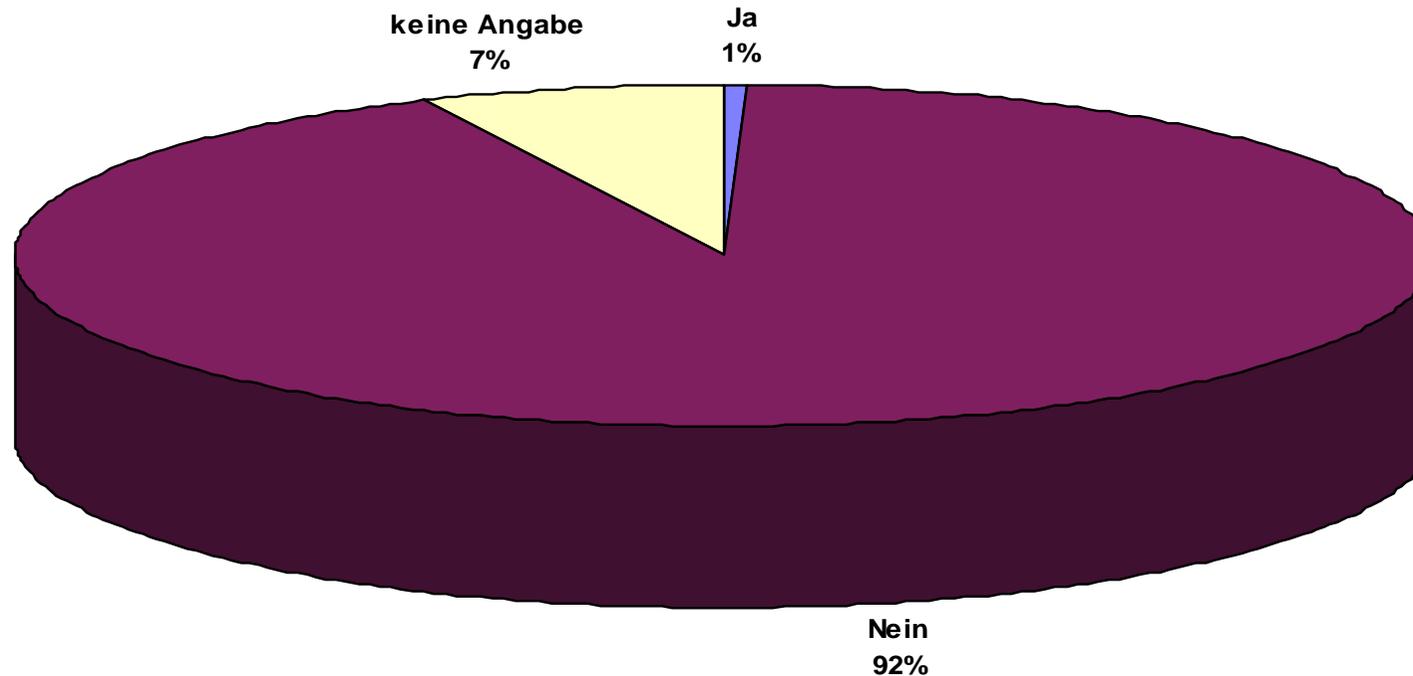
Wieweit ist E-Business in den Unternehmen bereits etabliert



92% erhalten keine staatliche Förderung für E-Business

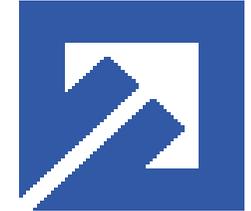


Erhalten die Unternehmen staatliche Förderung?



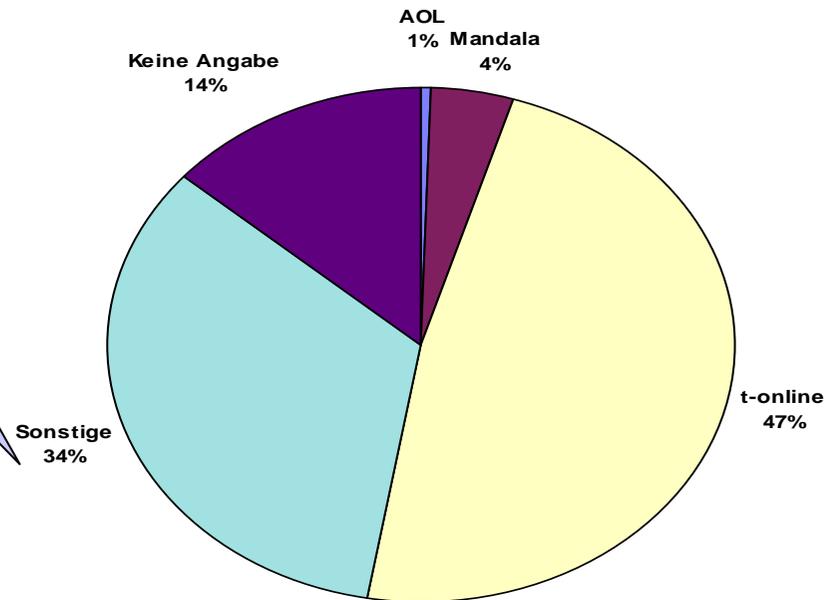
Basis: 146 Unternehmen

47% nutzen t-online als Onlinedienst 4 % Mandala



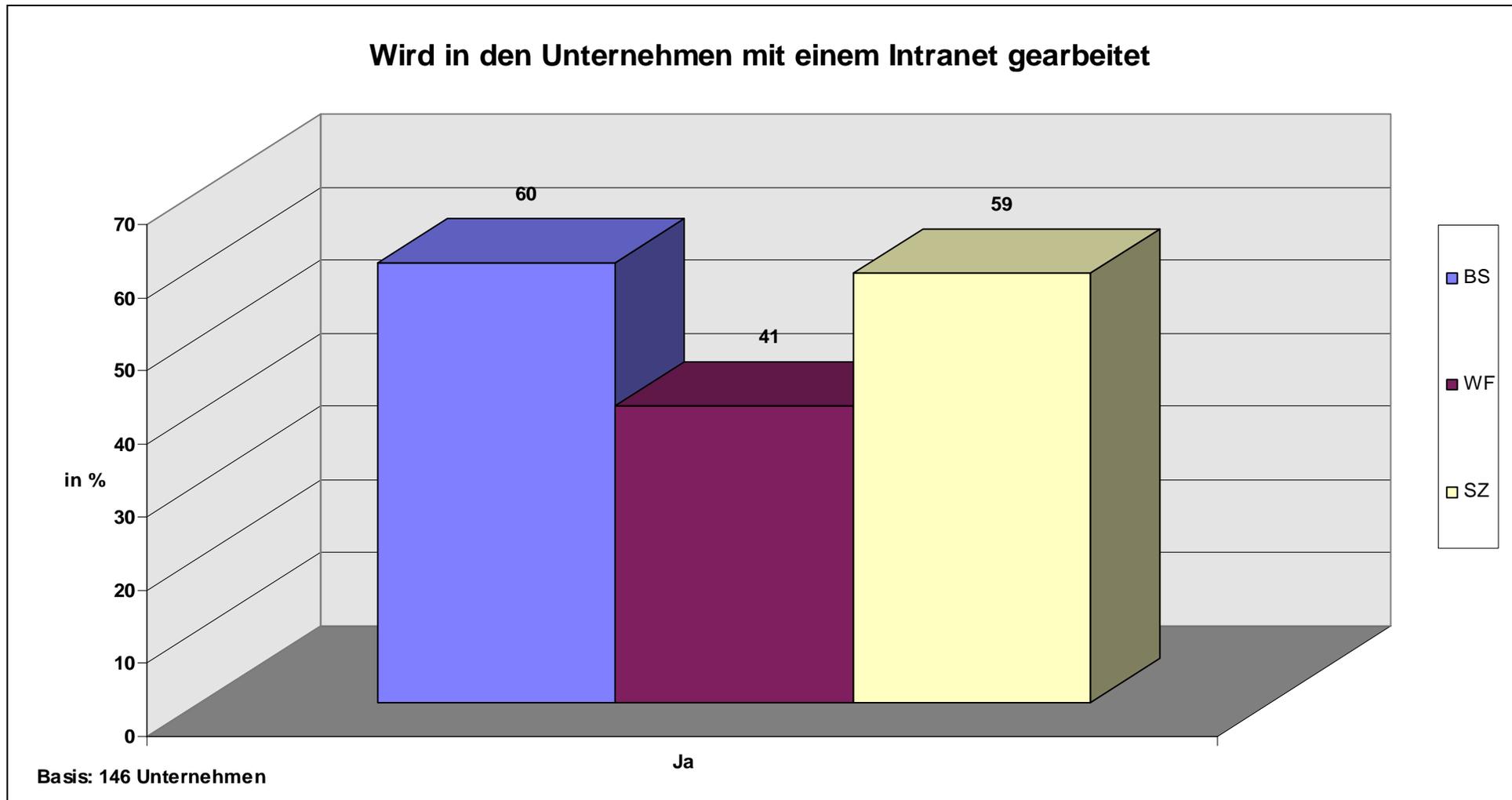
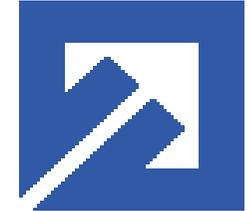
Nutzung von Online- bzw. Internetdiensten

Der hohe Anteil an sonstigen Anbietern erklärt sich aus der Vielzahl von branchenabhängigen Spezialanbietern

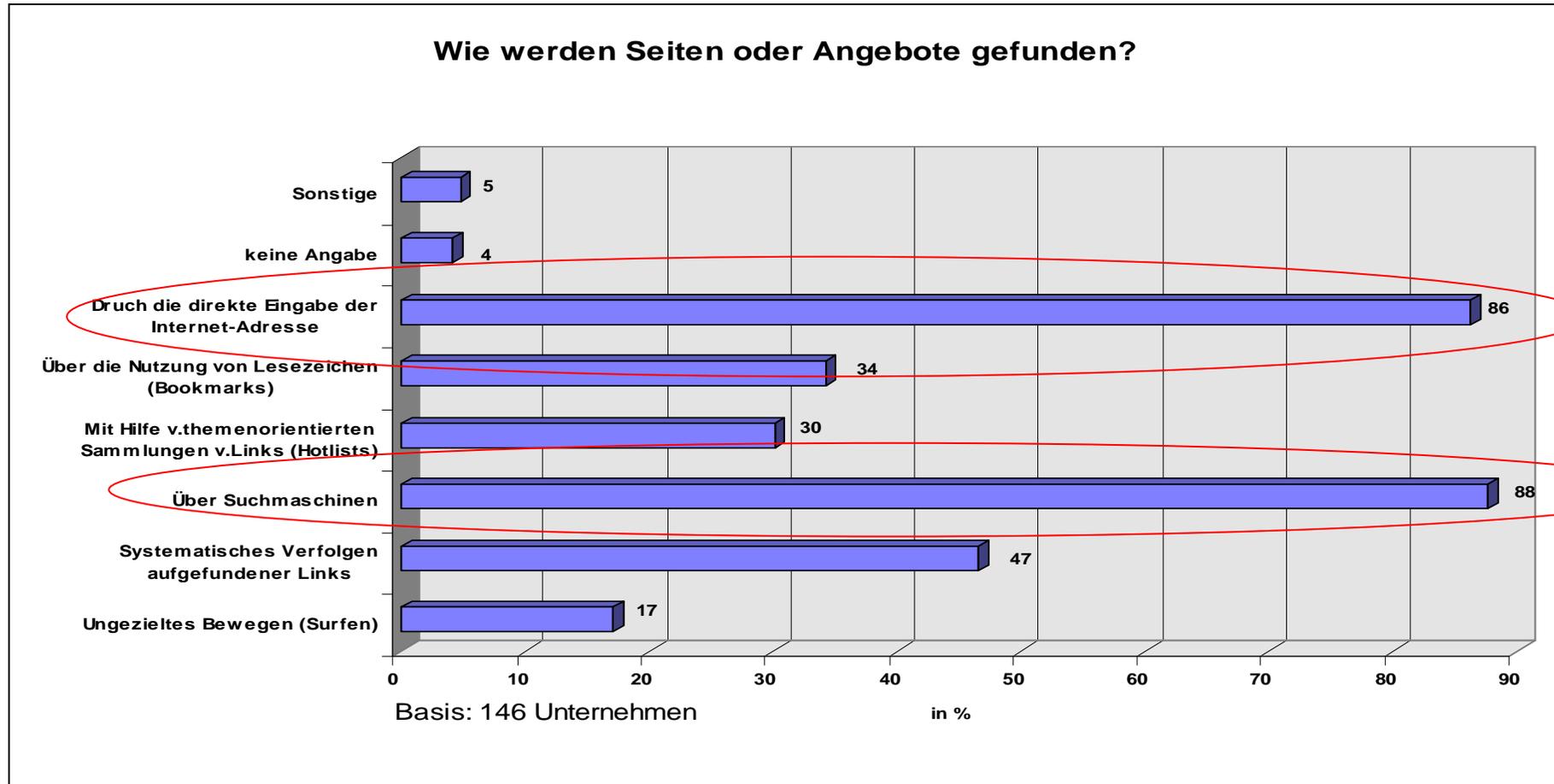
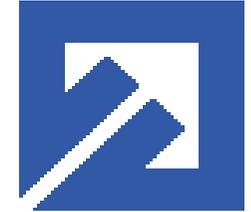


Basis: 146 Unternehmen

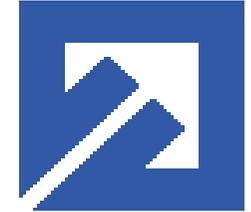
60% in BS, 59% in Salzgitter und 41% der Unternehmen in WF arbeiten mit einem Intranet



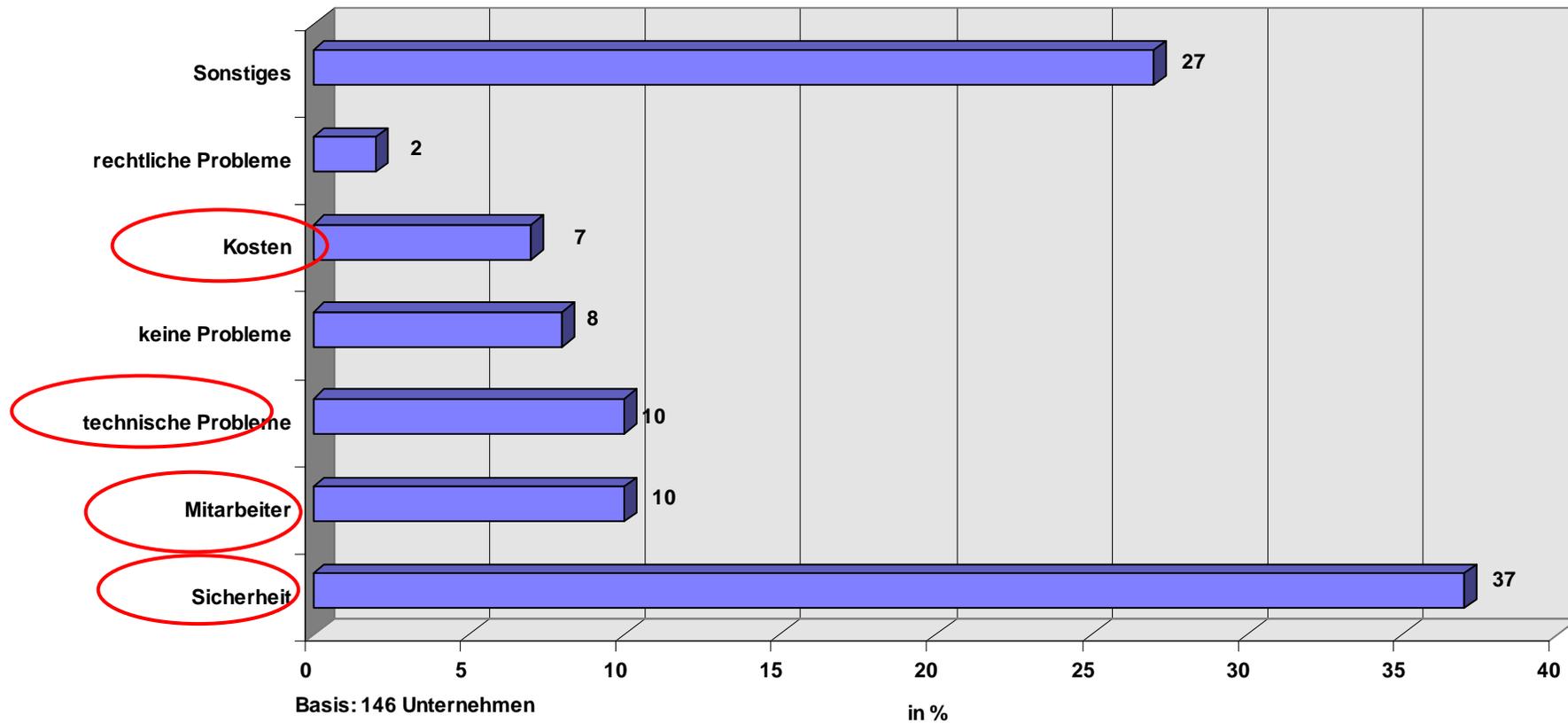
Angebote und Seiten werden durch Direkteingabe und Suchmaschinen gefunden



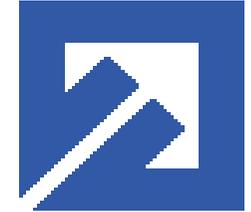
3. Problembereiche des E-Business: Sicherheit sehen die Unternehmen als größtes Problem



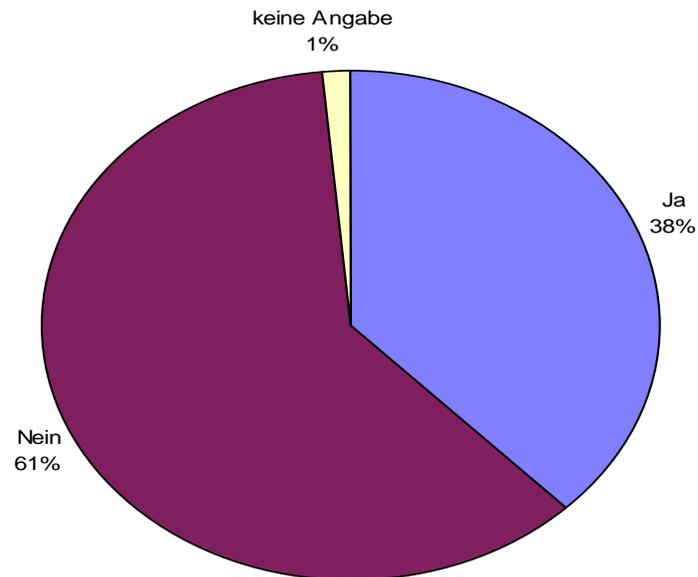
Wo sehen die Unternehmen Problembereiche der Internetnutzung?
(nach Priorität)



61% der Unternehmen haben dabei keine Angst, Betriebsgeheimnisse zu offenbaren

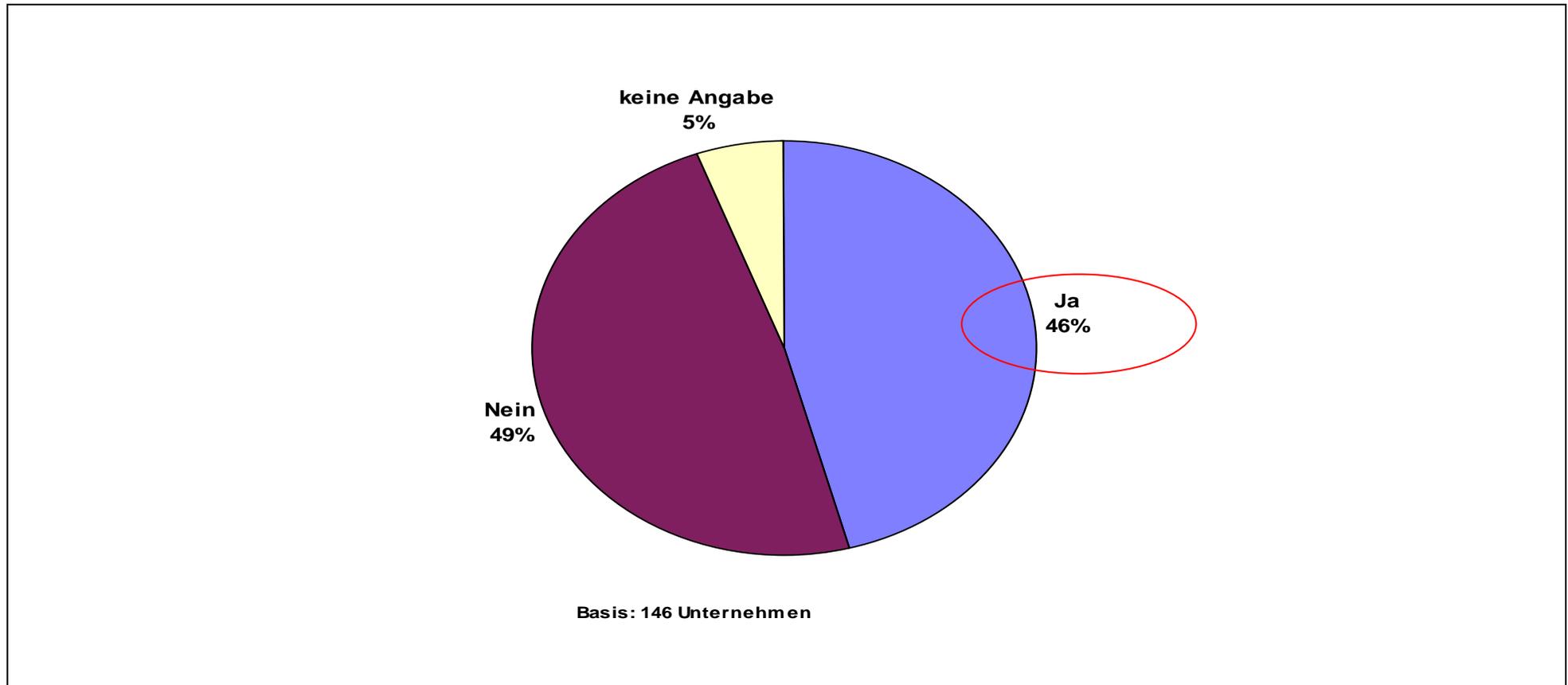
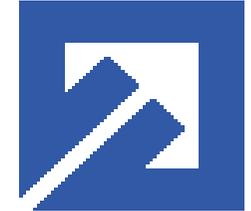


Haben die Unternehmen Angst, dass mit der Nutzung des Internet Betriebsgeheimnisse offenbart werden könnten?



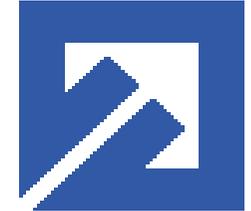
Basis: 146 Unternehmen

46% sehen rechtliche Probleme durch die Nutzung des Internet auf sich zukommen

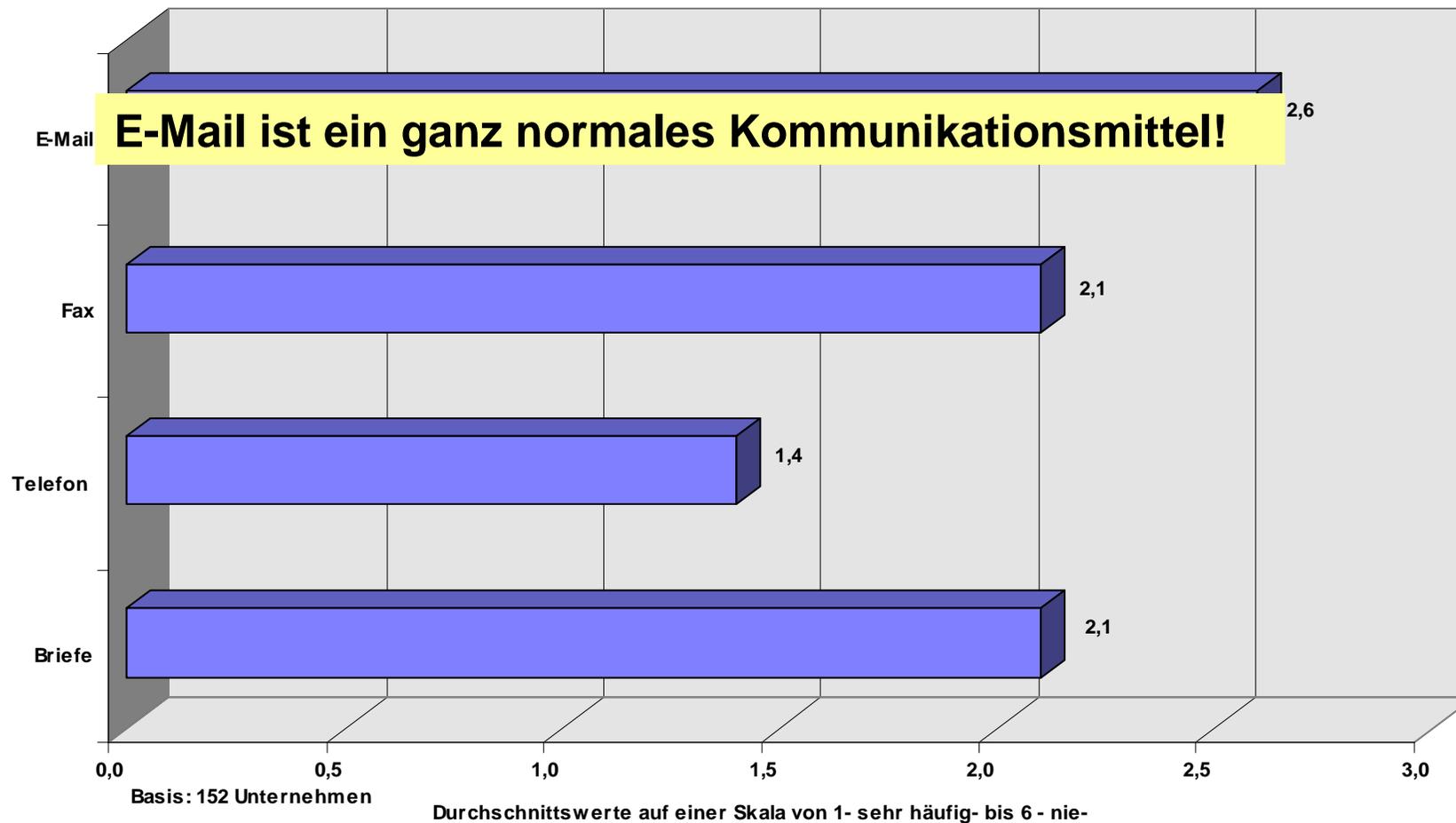


4. Digitale Kommunikation

E-Mails Nutzung nur knapp hinter Brief und Fax

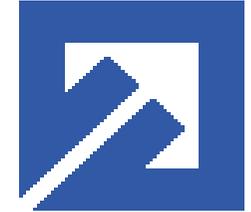


Welche Kommunikationsmittel nutzen die Unternehmen in welcher Intensität?

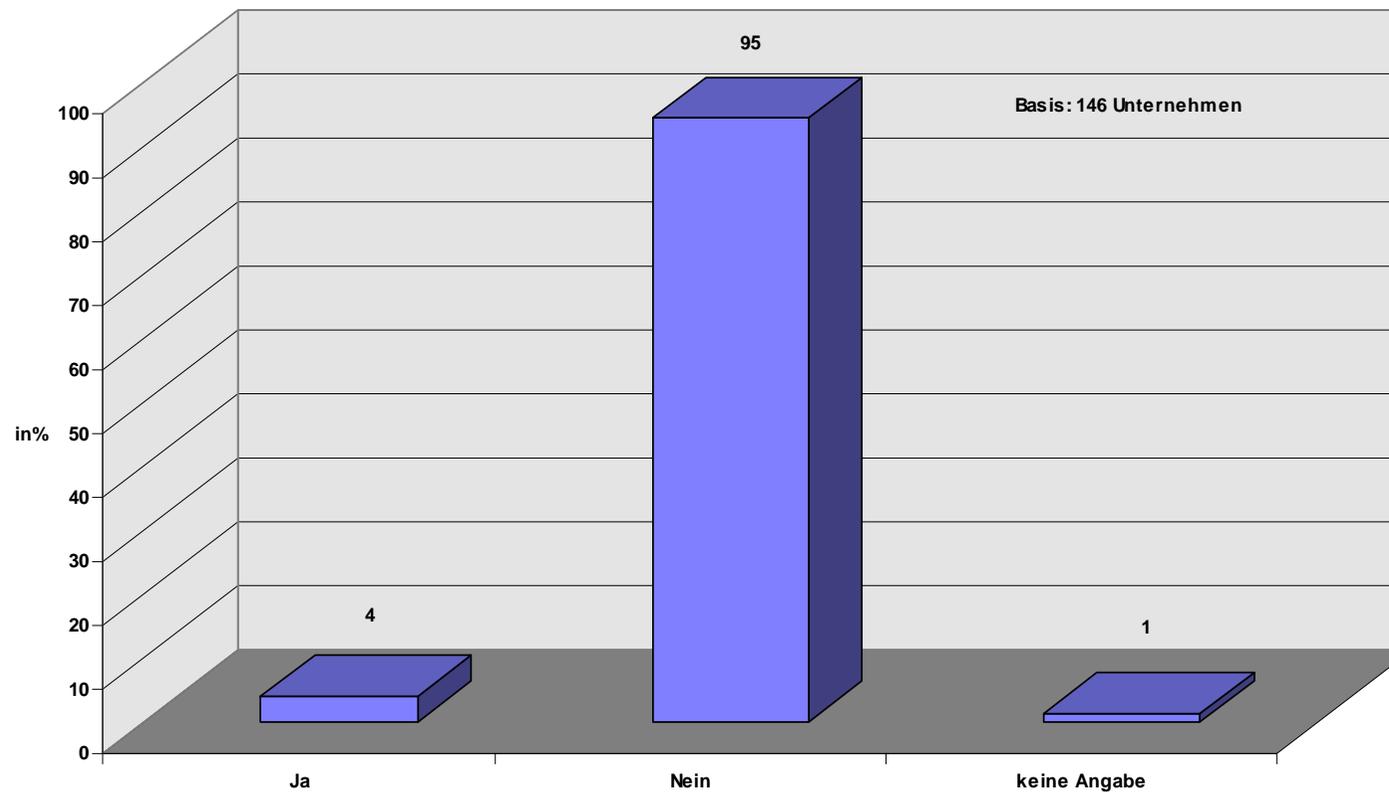


Digitale Kommunikation

Das Internet wird nicht zum Telefonieren genutzt

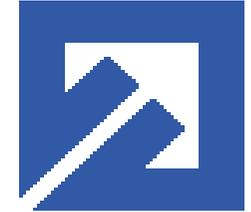


Wird das Internet zum Telefonieren genutzt?

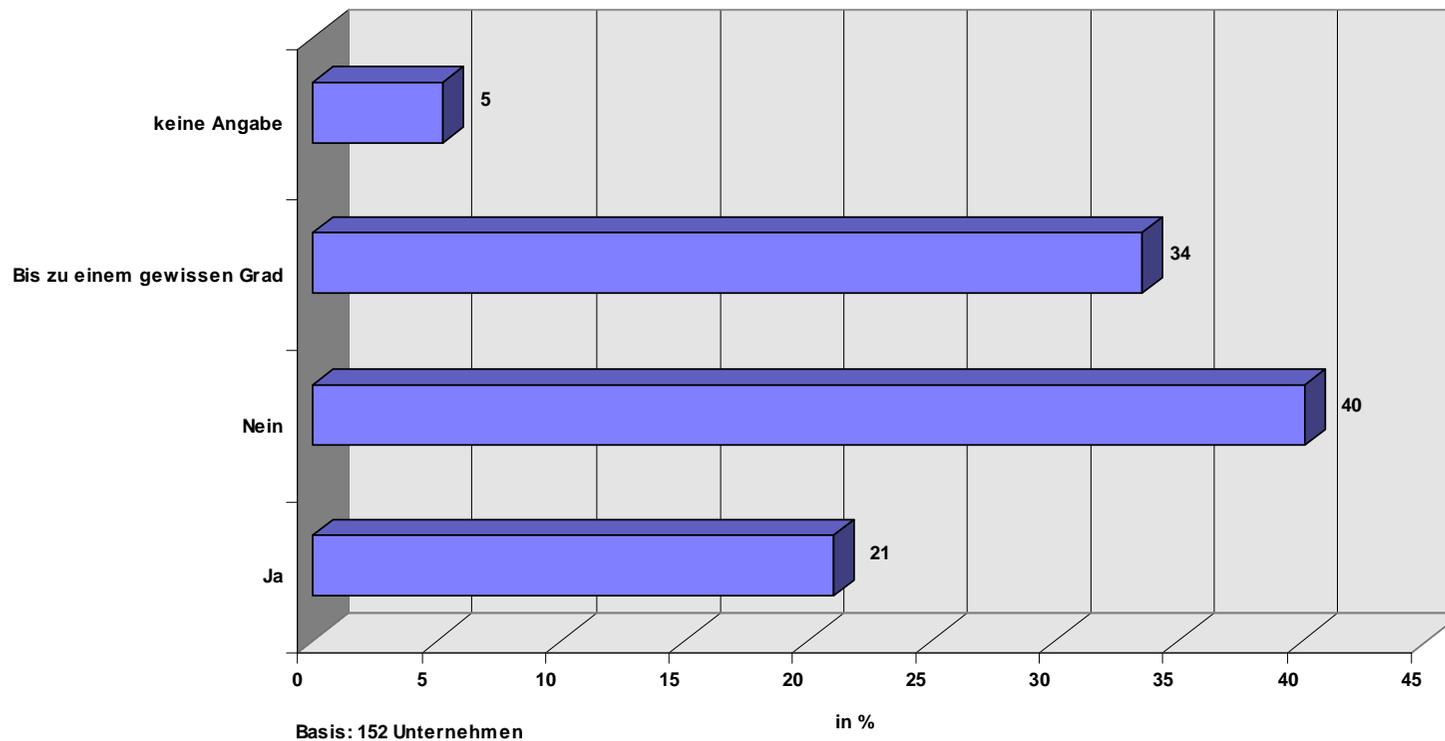


40% - E-Mails sind nicht als Werbemedium geeignet

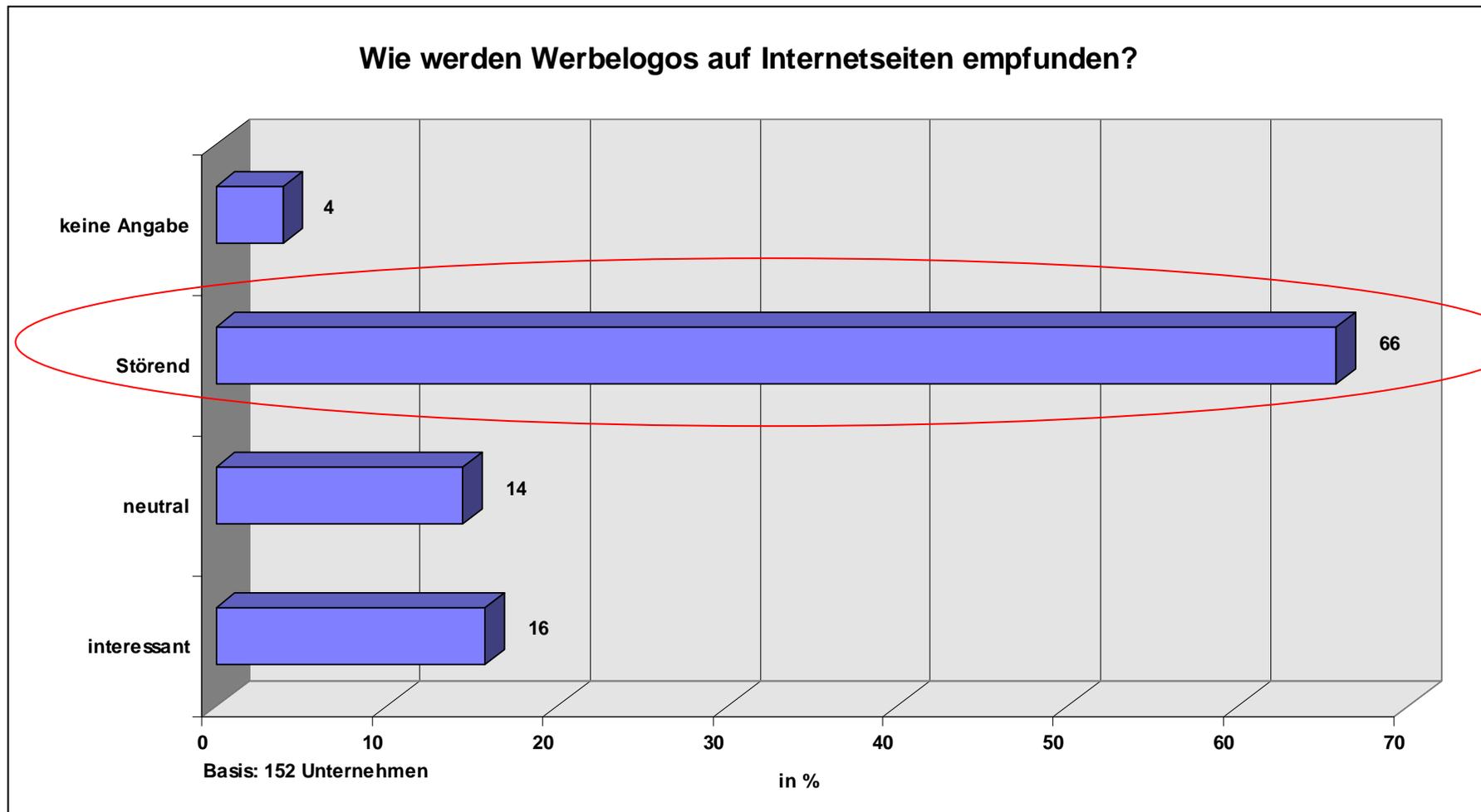
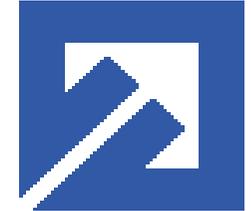
34% - Eignung bis zu einem gewissen Grad



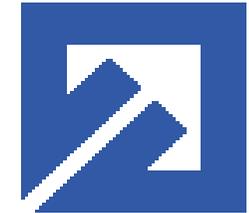
Sind E-Mails als Werbemedium geeignet?



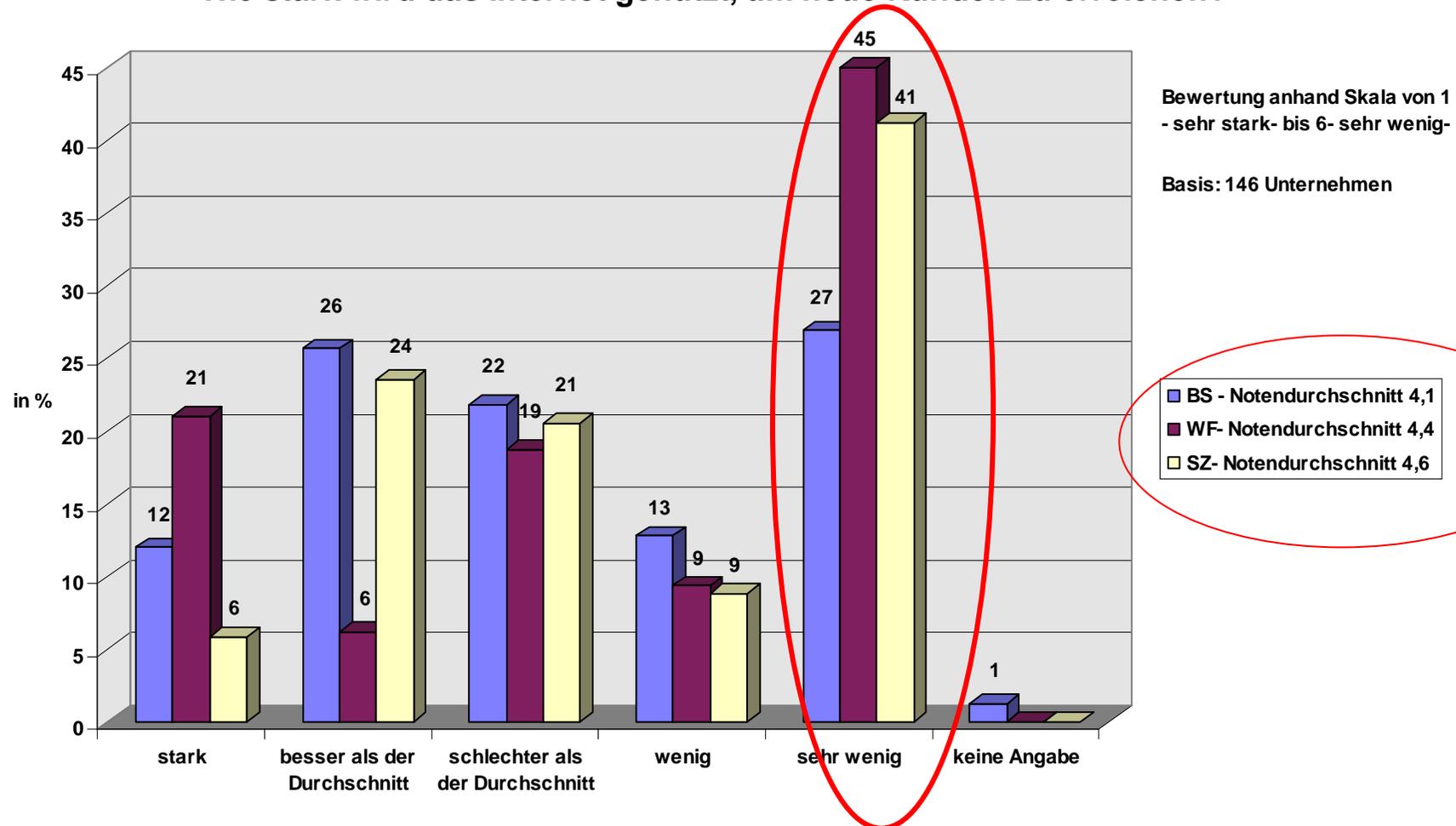
66% der Unternehmen empfinden Werbelogos auf Internetseiten als störend



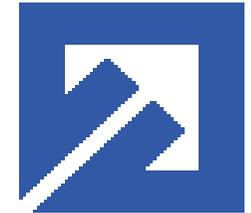
5. Kundebindung und E-Business: 54% in WF, 50% in SZ und 40% in BS nutzen das Internet sehr wenig bis wenig, um neue Kunden zu erreichen



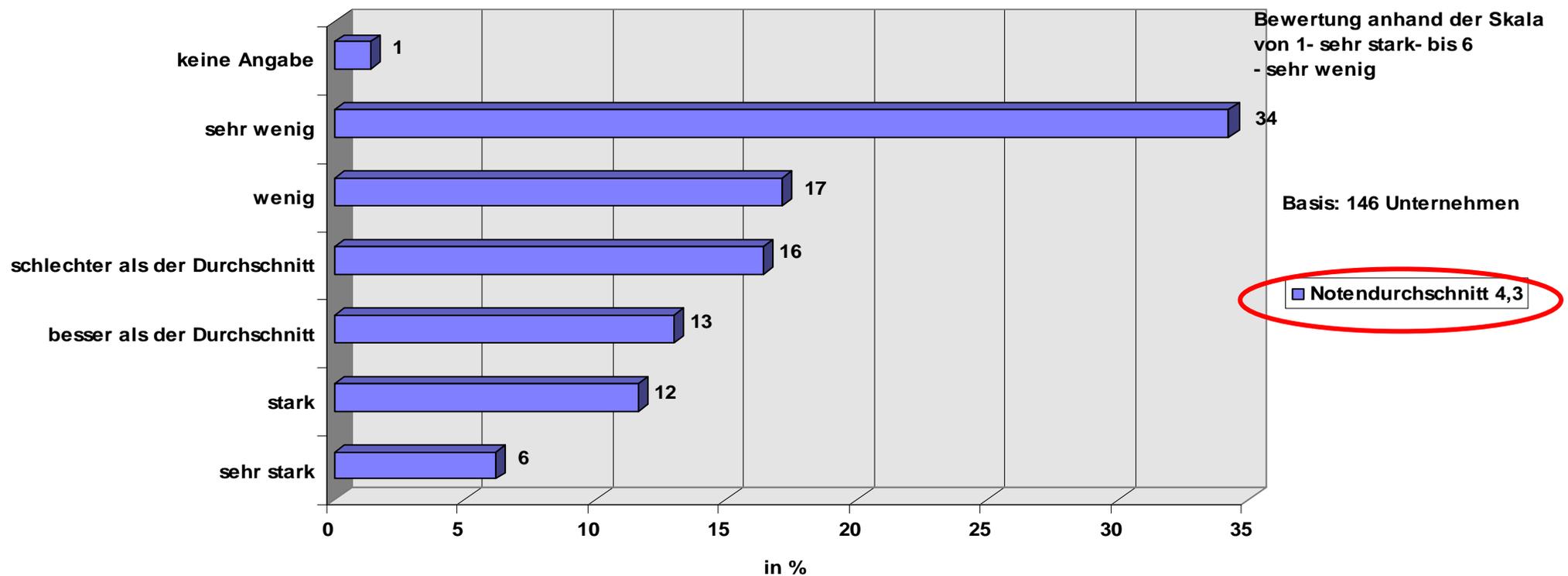
Wie stark wird das Internet genutzt, um neue Kunden zu erreichen?



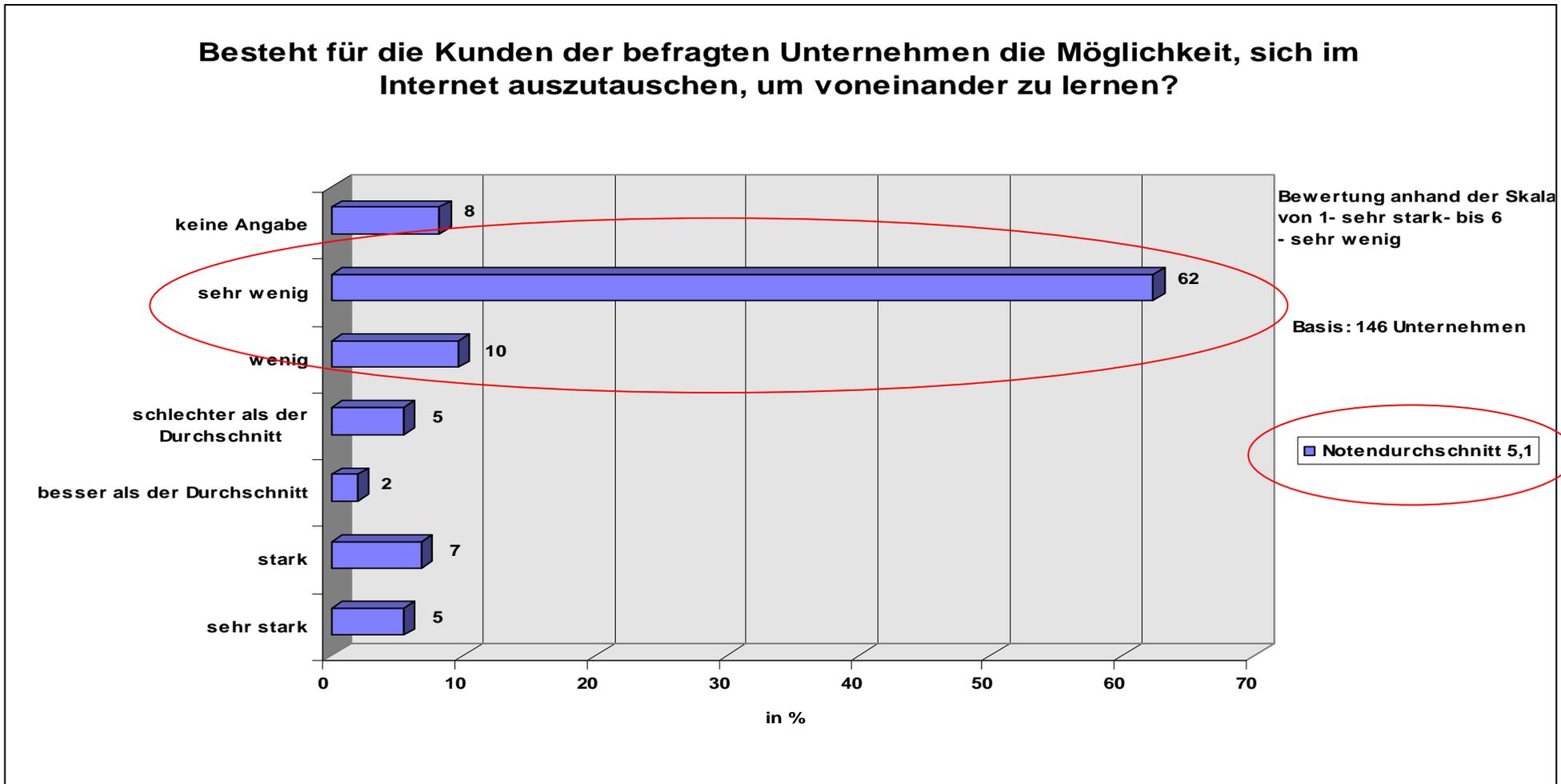
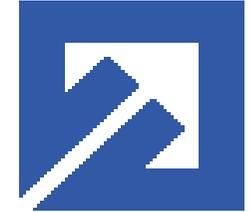
Kundebindung und E-Business: 51% gaben an, auch vom Kunden nicht zum E-Business motiviert zu werden



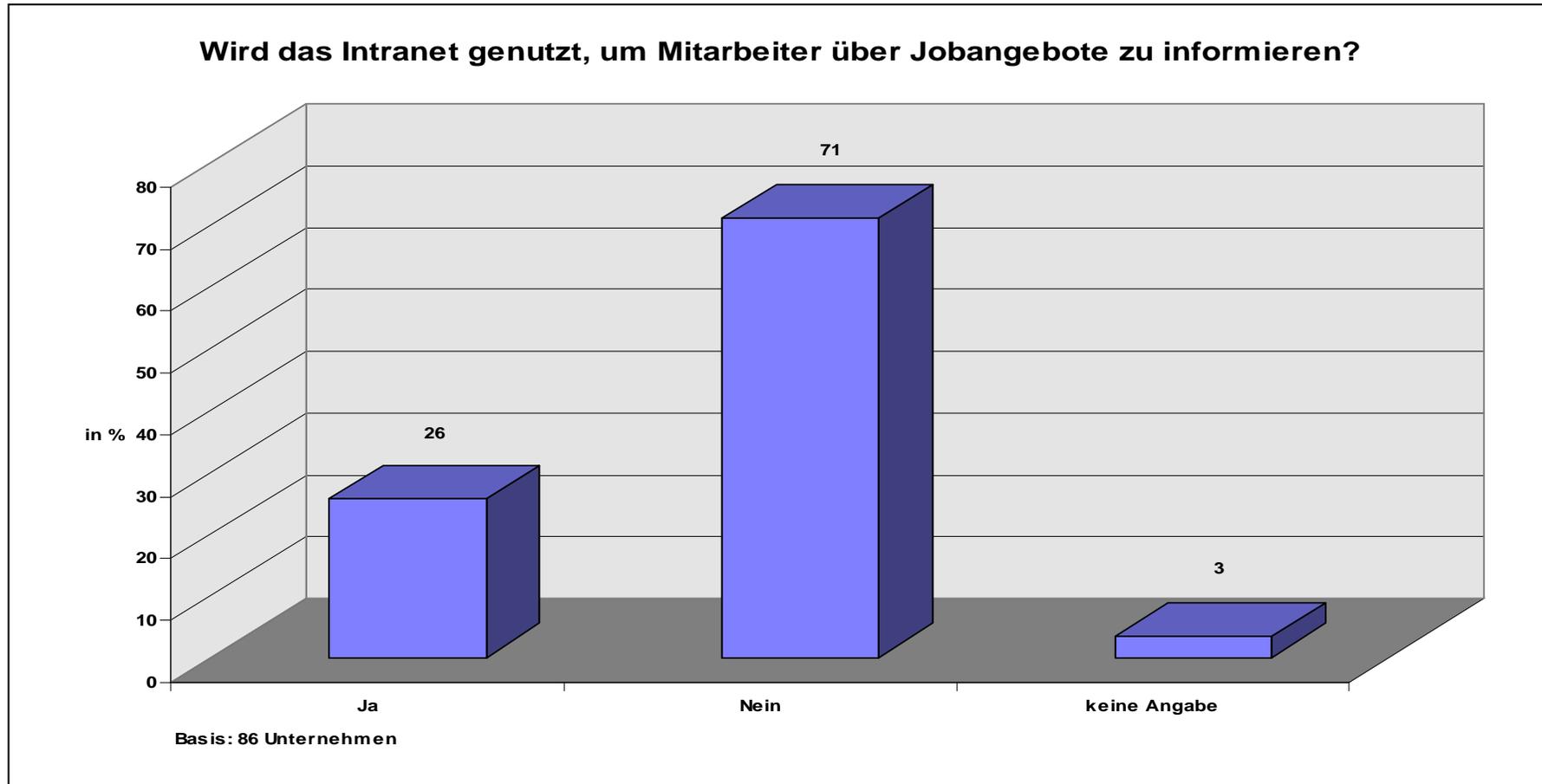
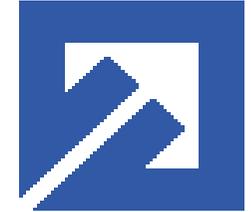
Werden die Unternehmen von Ihren Kunden motiviert, E-Business einzuführen?



Die Möglichkeit für den Kunden sich im Internet auszutauschen, um voneinander zu lernen, besteht in 72% der Unternehmen nicht

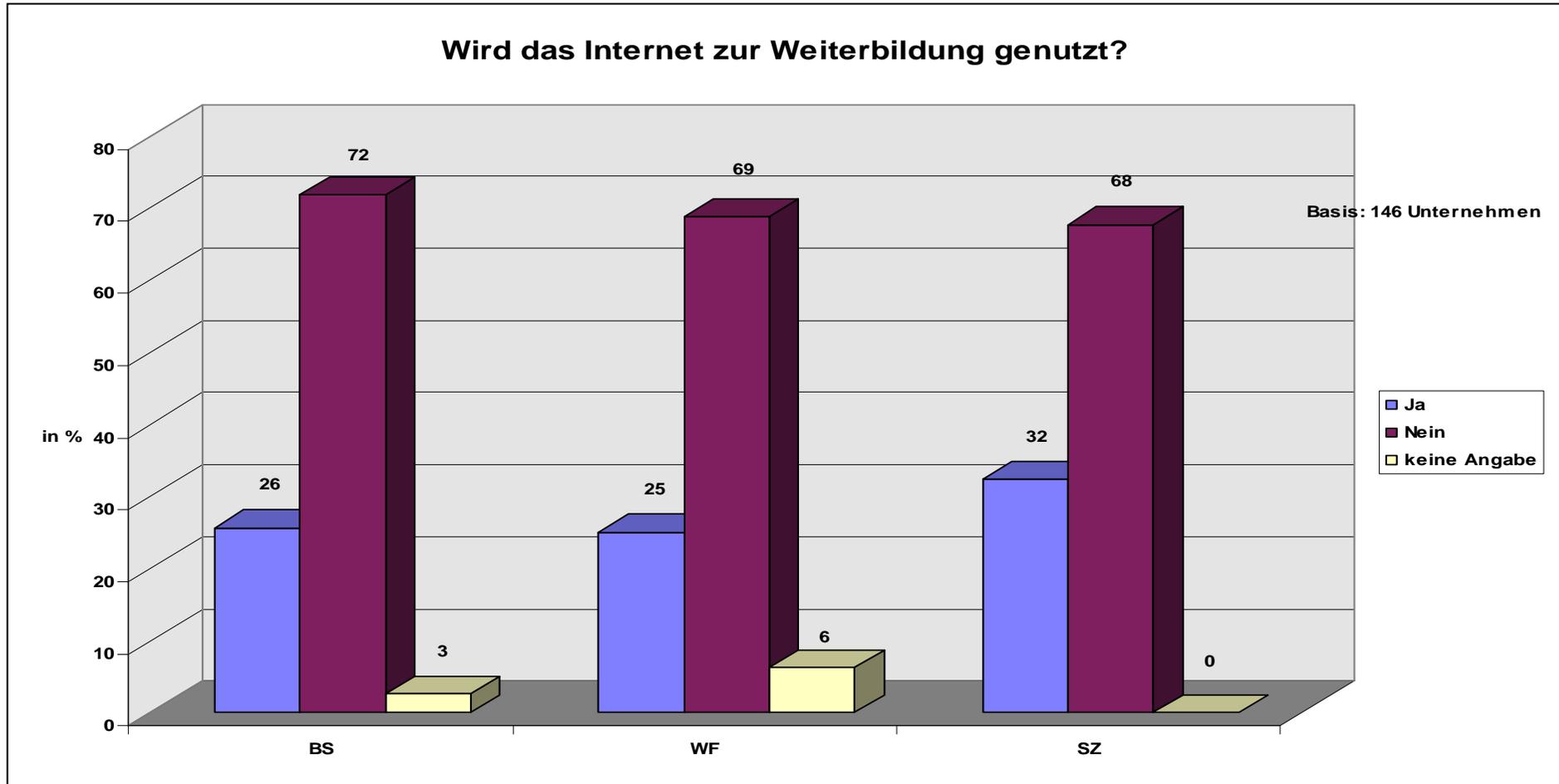
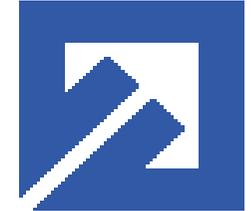


26% der Unternehmen nutzen ihr Firmenintranet, um Mitarbeiter über Jobangebote zu informieren

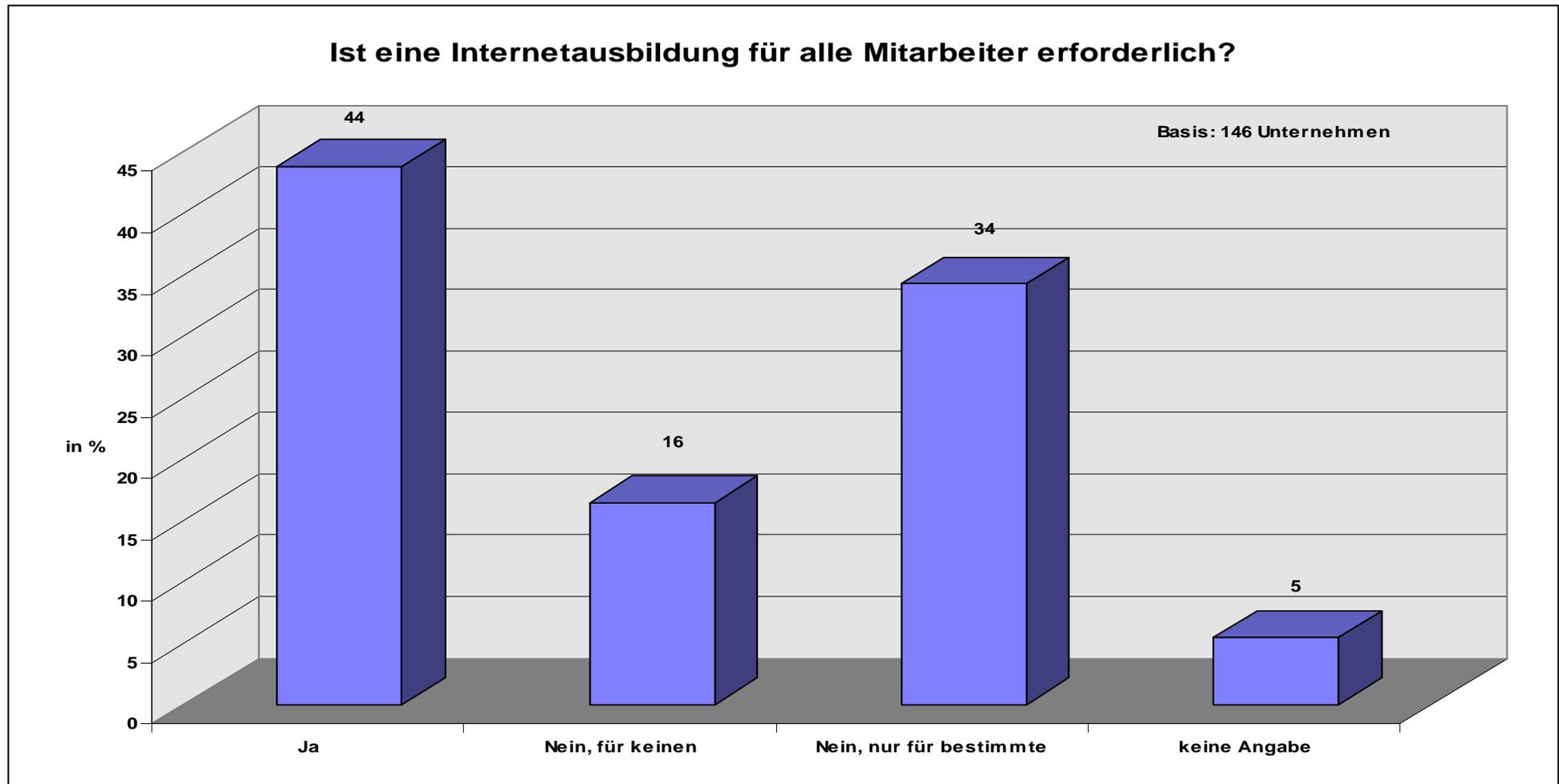
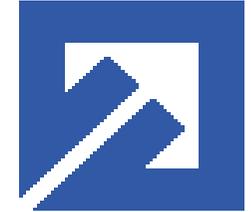


Weiterbildung via Internet

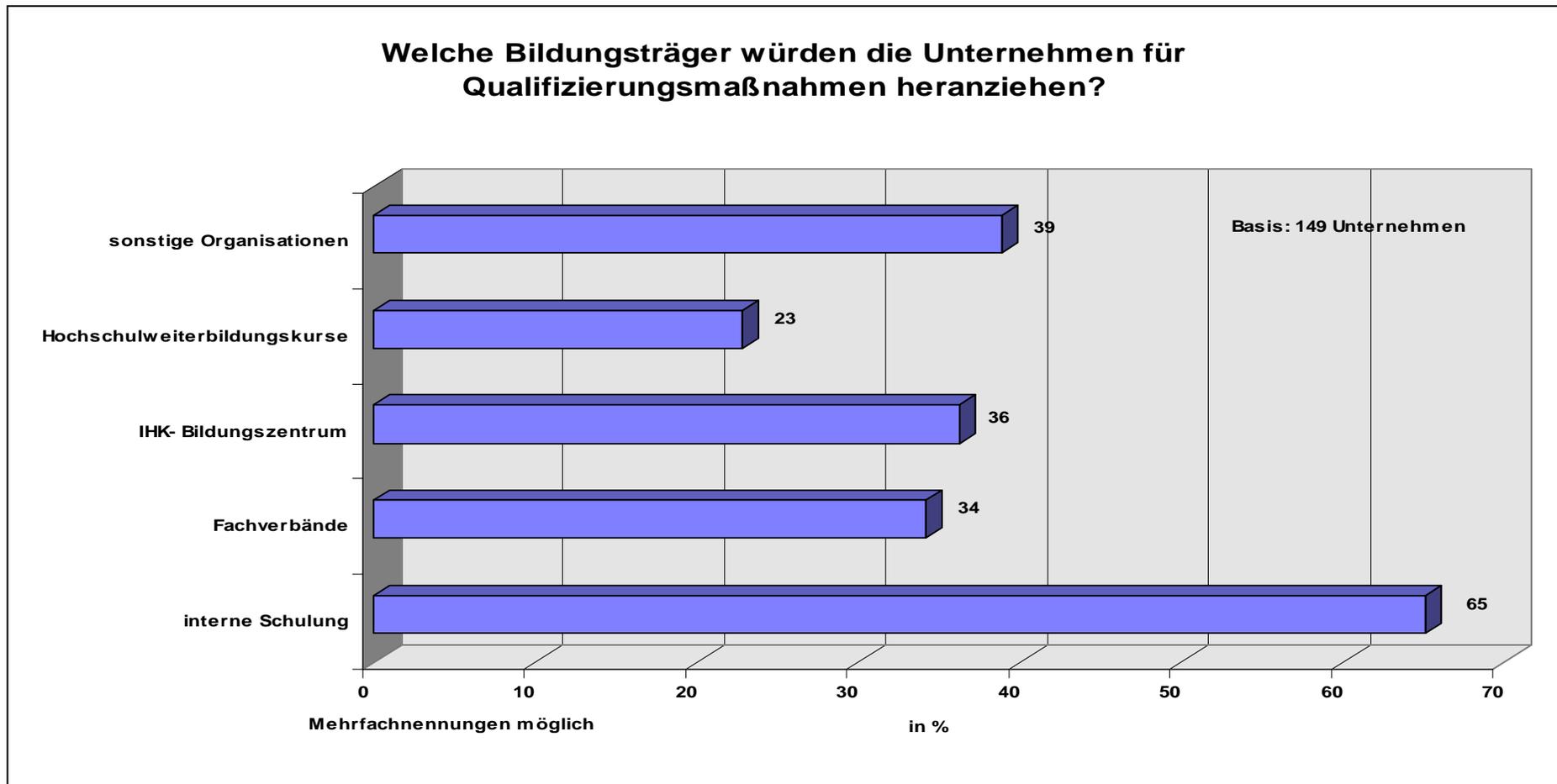
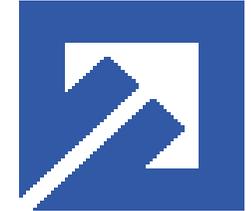
E-Learning wird nur zu geringem Anteil genutzt



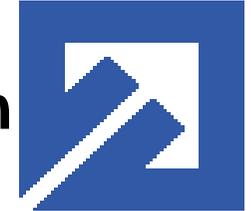
44% sagen, es besteht Erfordernis einer Internetausbildung für alle Mitarbeiter



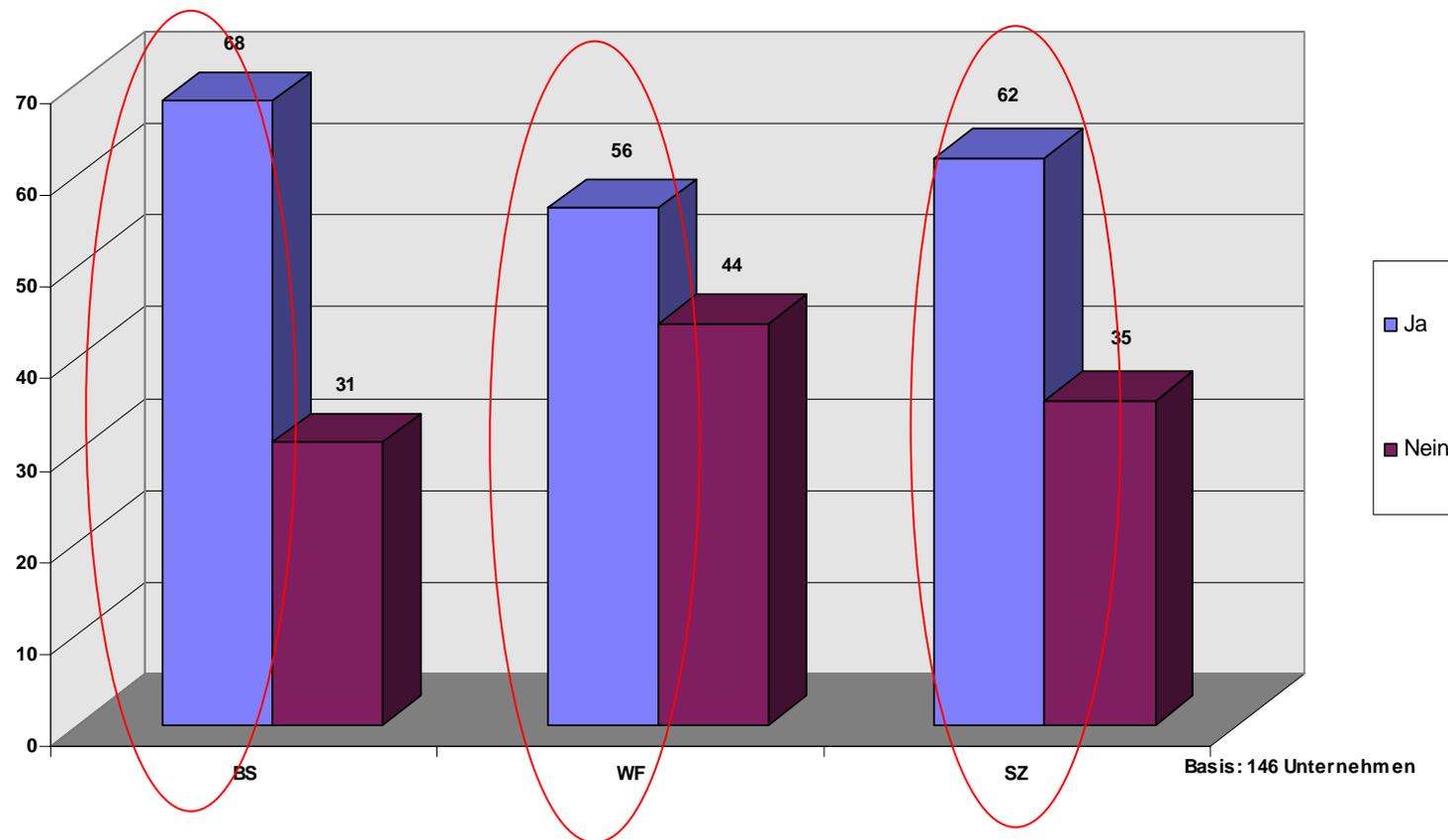
Welche Bildungsträger würden für Qualifizierungsmaßnahmen im E-Business genutzt werden?



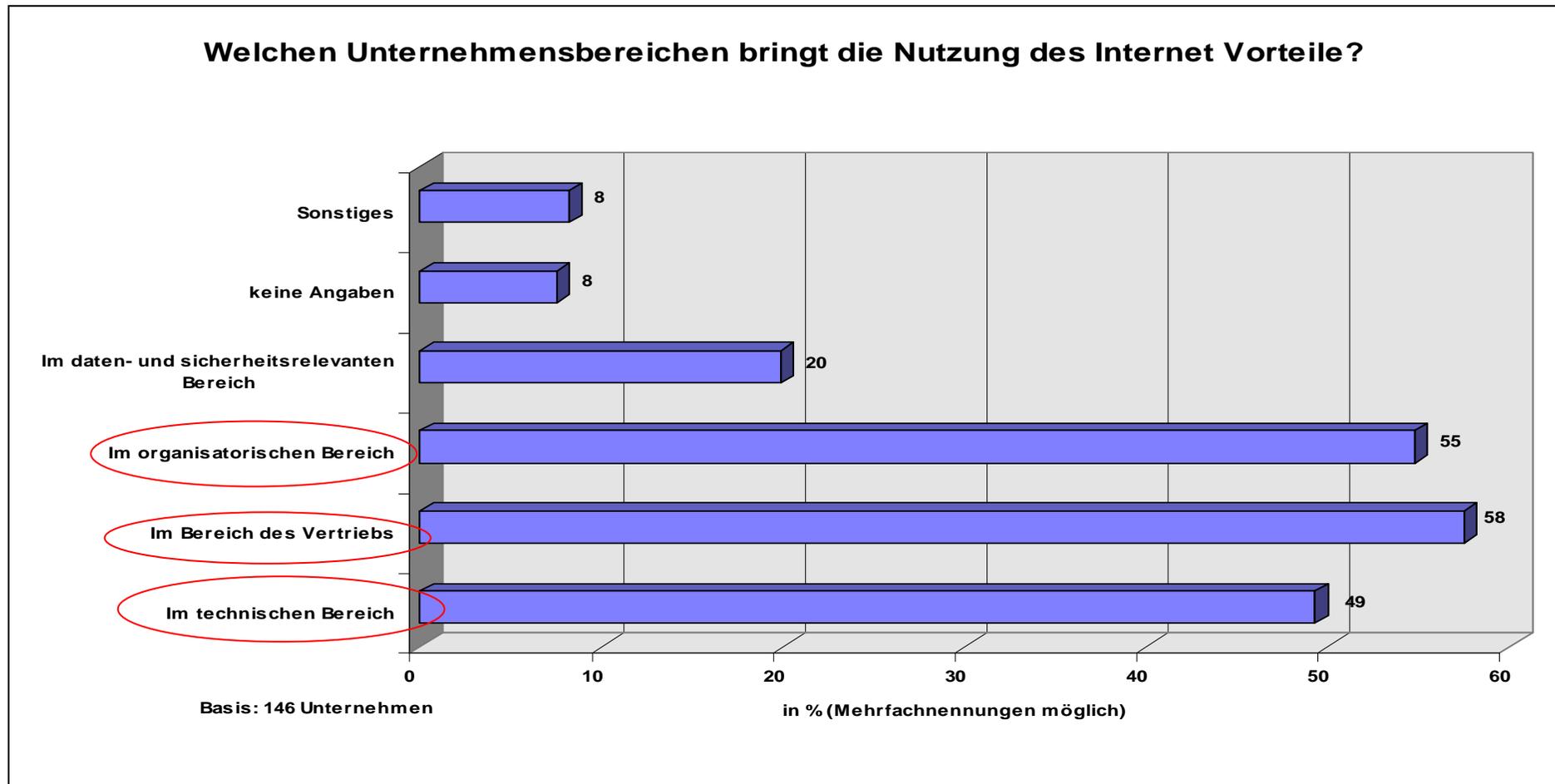
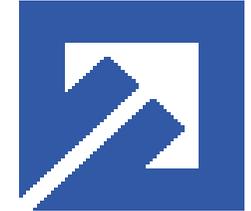
6. Einschätzung des E-Business: Die Mehrheit der Unternehmen sehen ohne die Nutzung von E-Business einen Wettbewerbsnachteil für sich



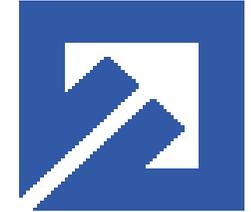
Sehen die Unternehmen ohne die Nutzung von E-Business einen Wettbewerbsnachteil?



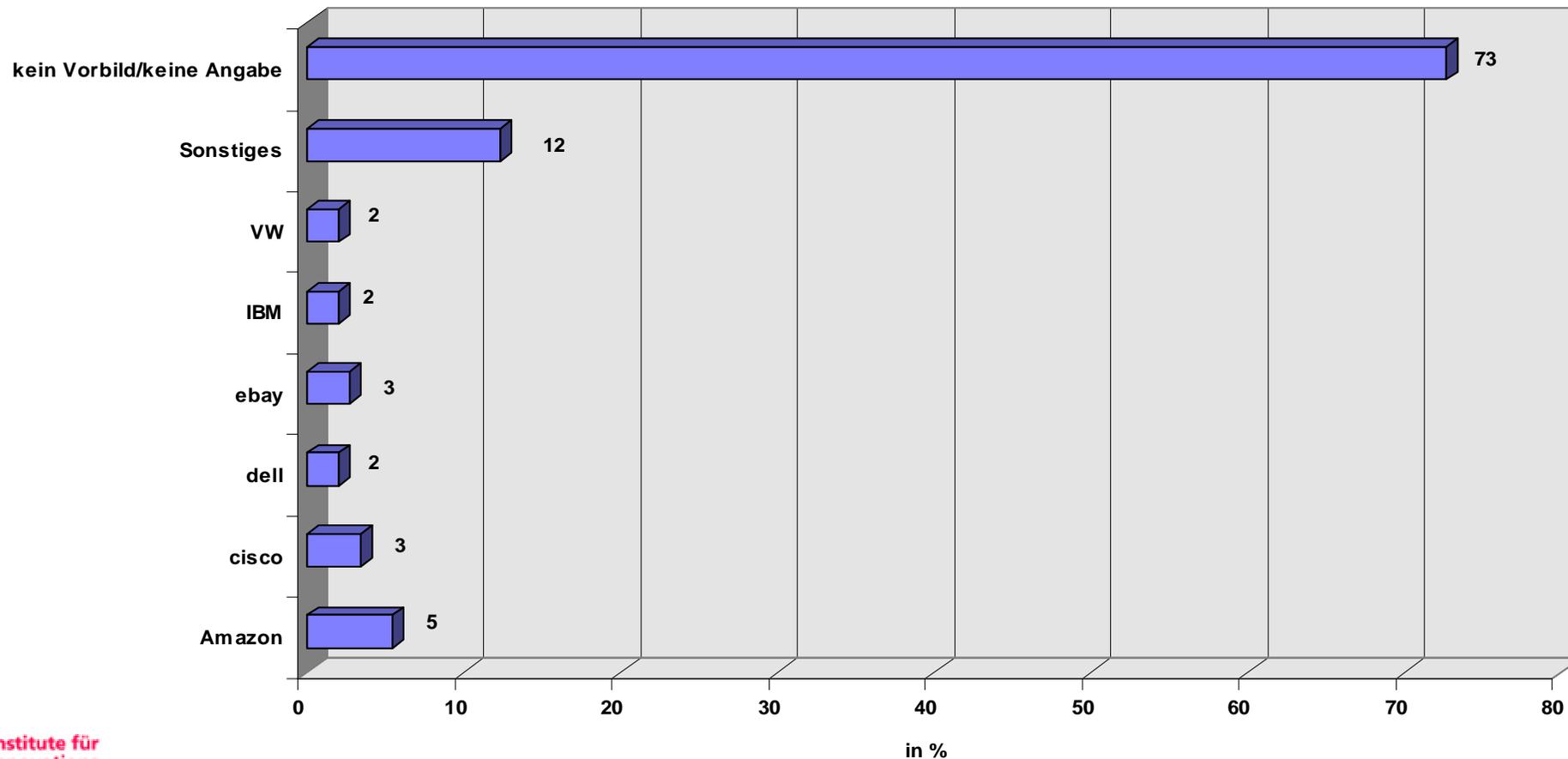
Vorteile der Internetnutzung sehen die Unternehmen im Vertriebs, dem technischen und organisatorischen Bereich.



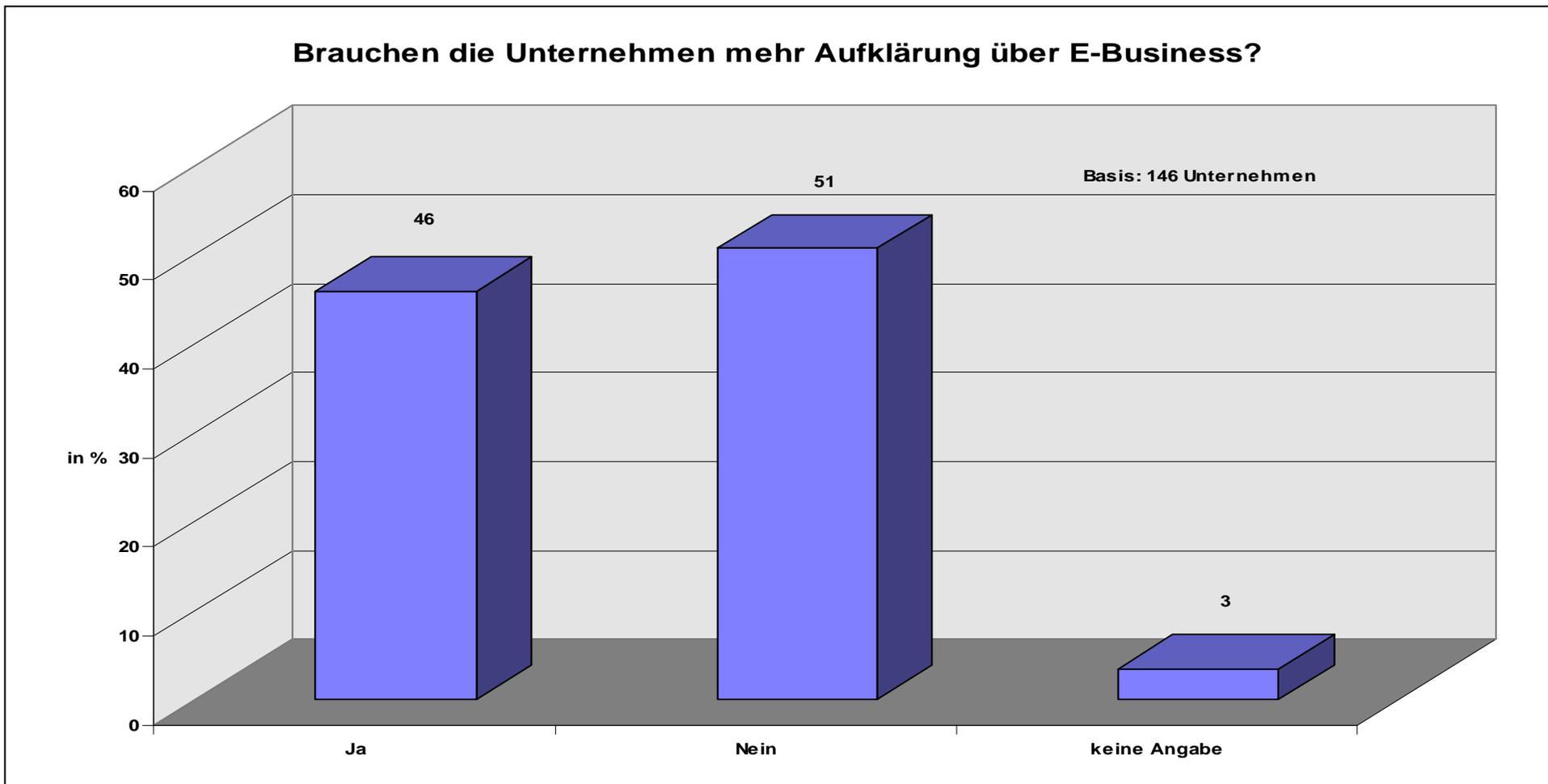
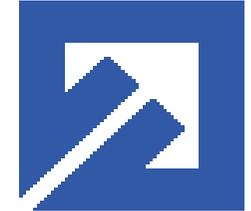
73% der Unternehmen haben kein Vorbild für ein digitales Unternehmen!



Welches Unternehmen ist ein Vorbild für ein digitales Unternehmen?

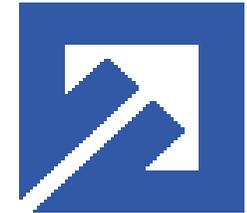


46% der Unternehmen brauchen mehr Aufklärung über E-Business

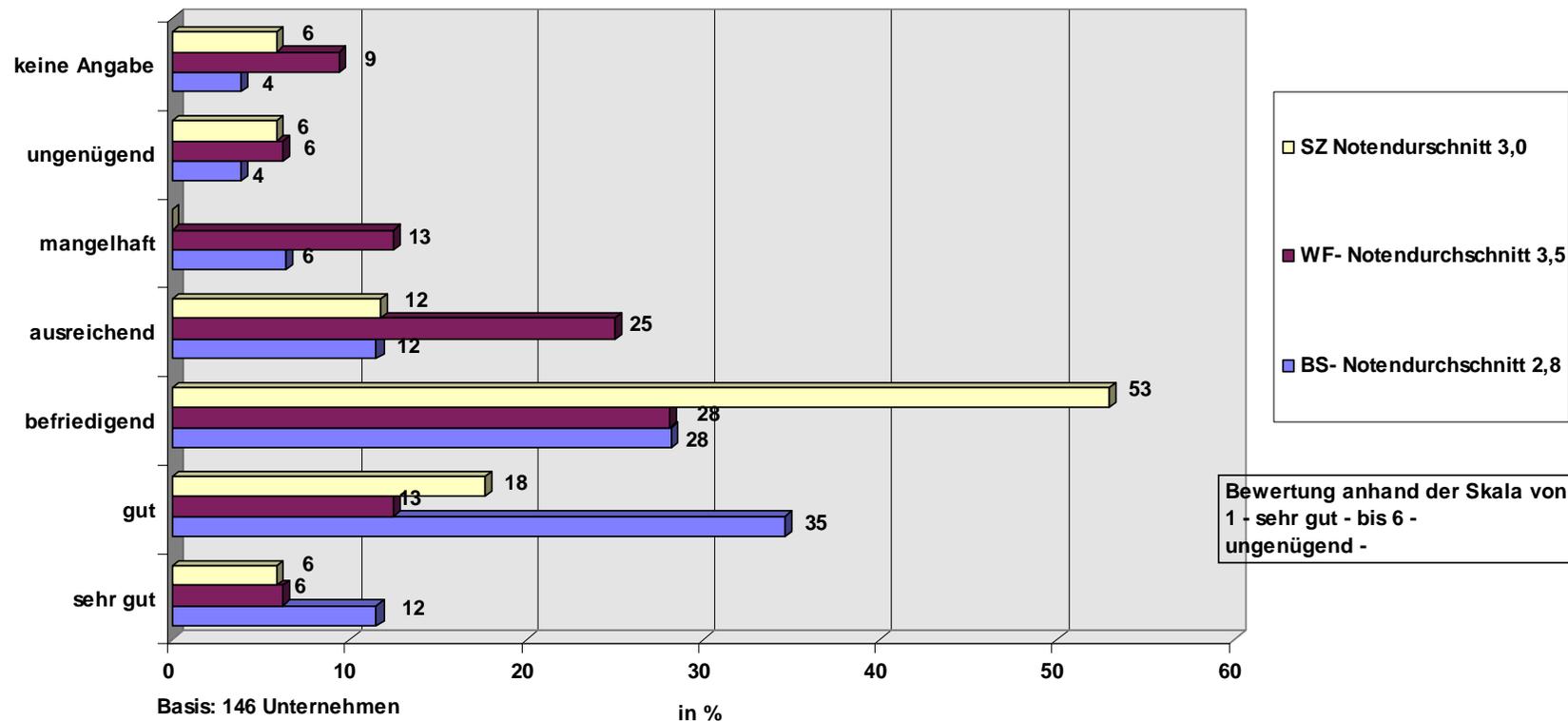


7. Selbsteinschätzung

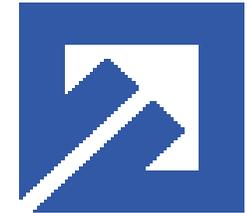
Unternehmen halten den bisherigen Erfolg mit dem E-Business für befriedigend



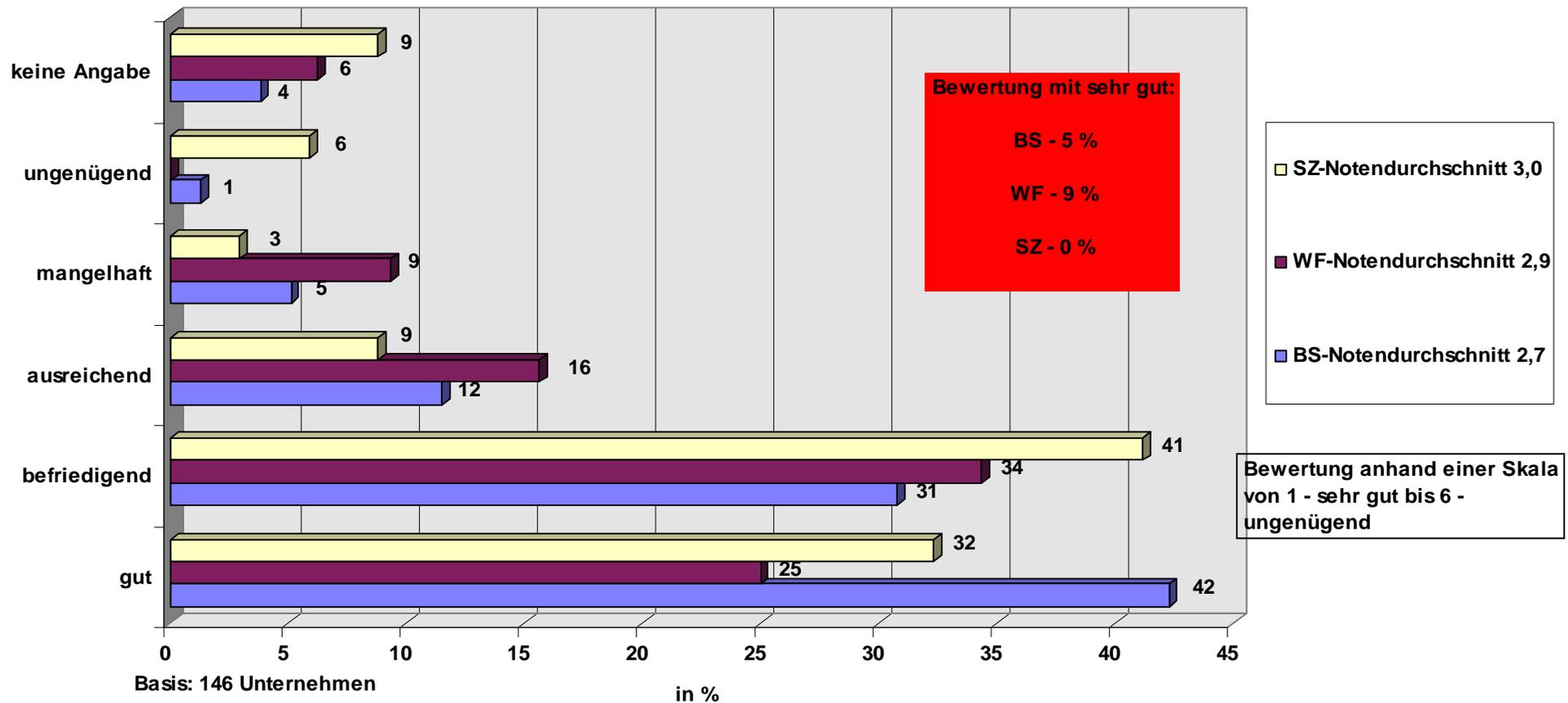
Einschätzung des bisherigen Erfolges mit der Nutzung des Internet



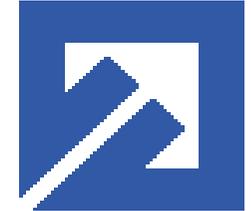
Die Zufriedenheit mit dem eigenen Stand der E-Business Entwicklung ist befriedigend



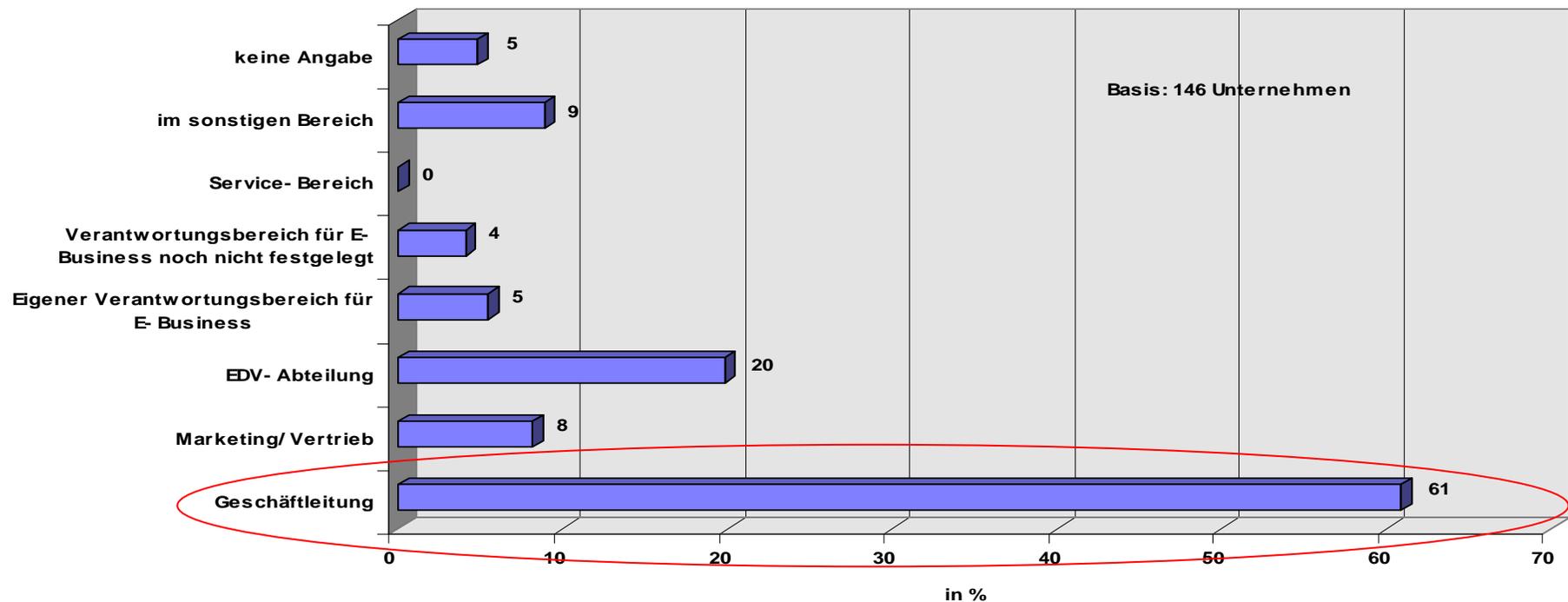
Zufriedenheit mit der eigenen Internetentwicklung



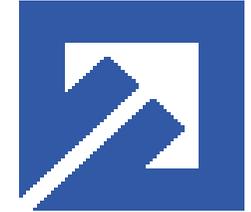
Verantwortung für E-Business „E-Business ist Chef-Sache“



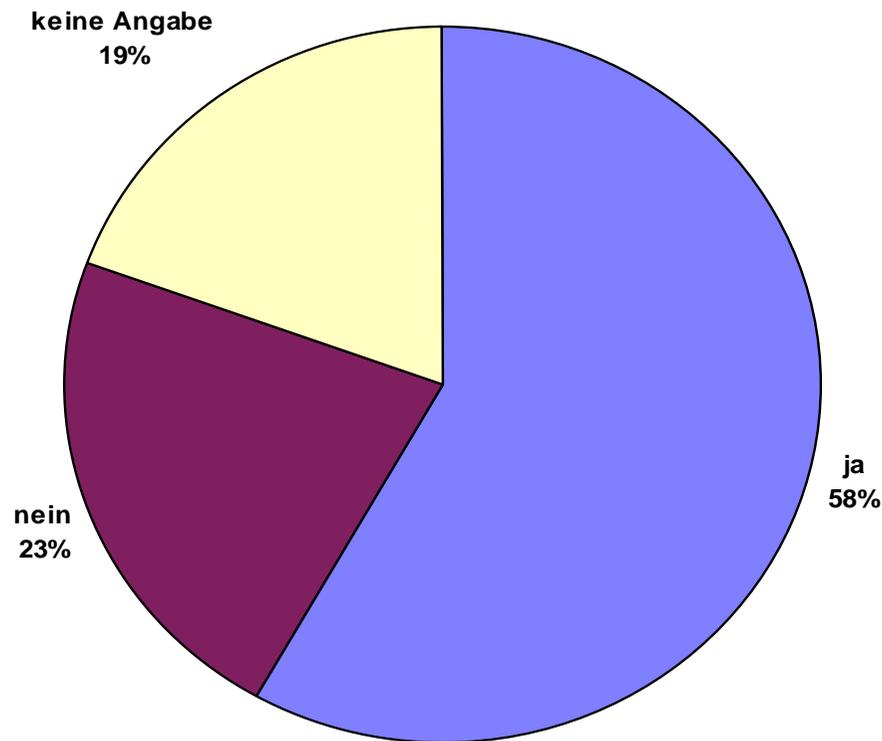
Wer übernimmt in den Unternehmen die Verantwortung für E-Business?



8. Perspektiven: 58% der Unternehmen ohne Internetauftritt planen in Zukunft einen

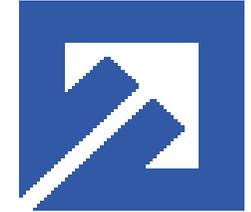


Planen Unternehmen ohne Internetauftritt in Zukunft einen?

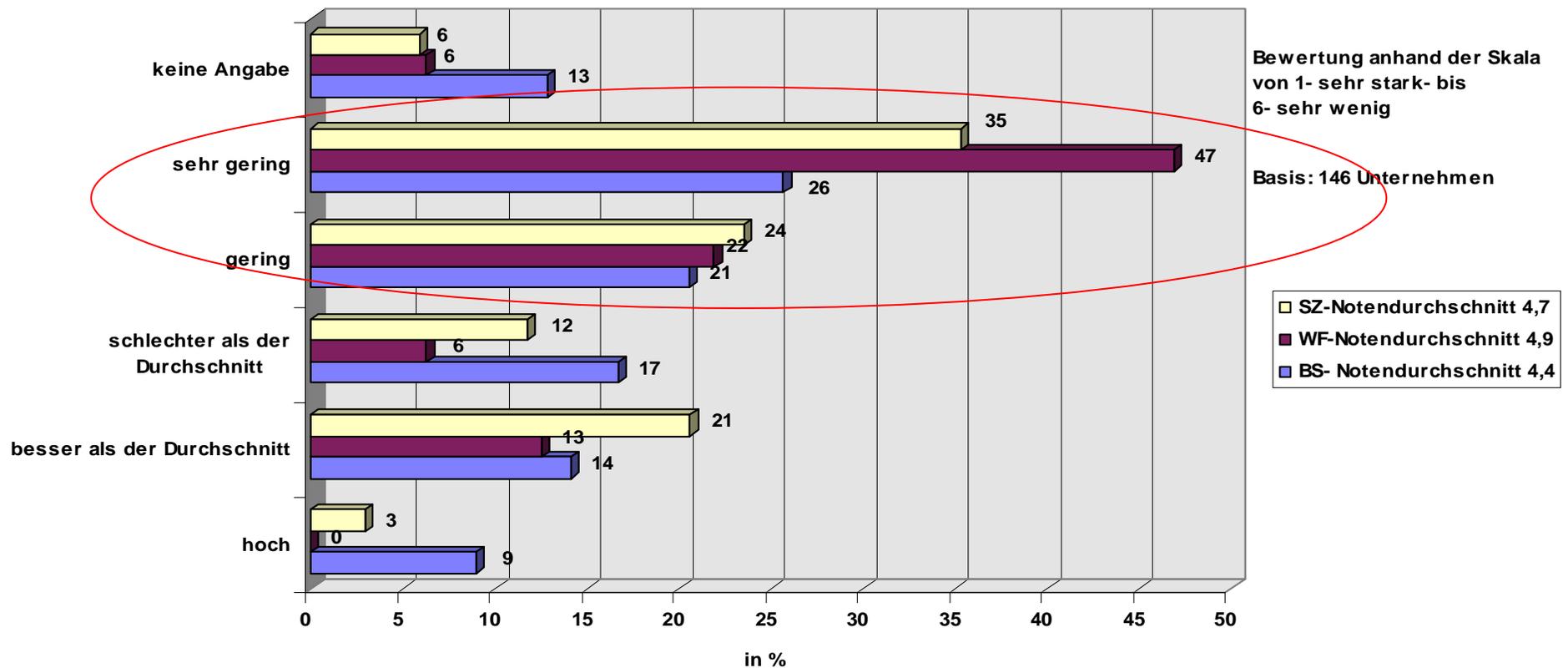


Basis: 31 Unternehmen

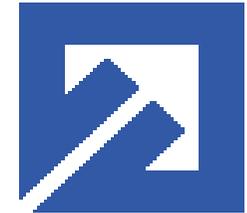
Perspektive: Unternehmen schätzen den Umsatzzuwachs durch E-Business als sehr gering bis gering ein



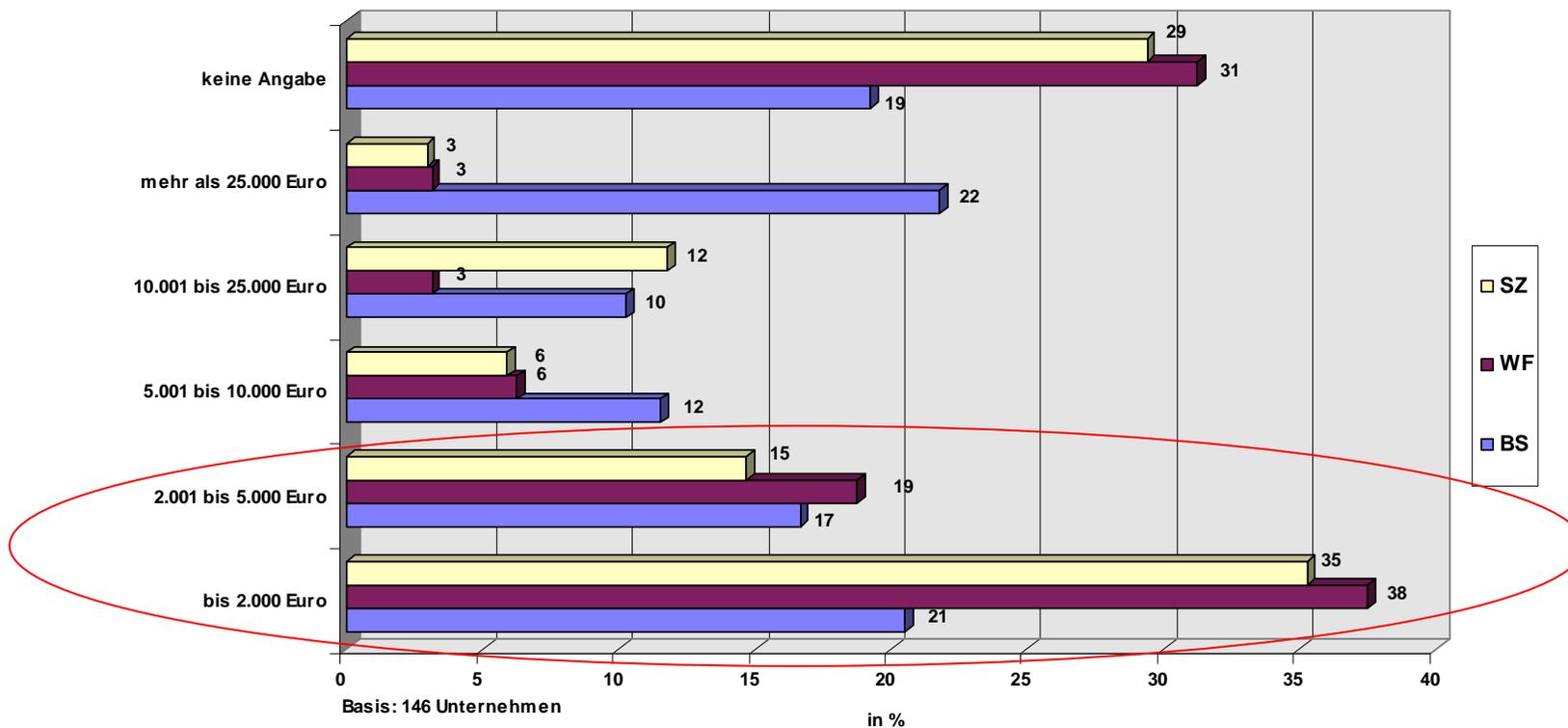
Wie wird der Umsatzzuwachs durch die Nutzung von E-Business eingeschätzt?



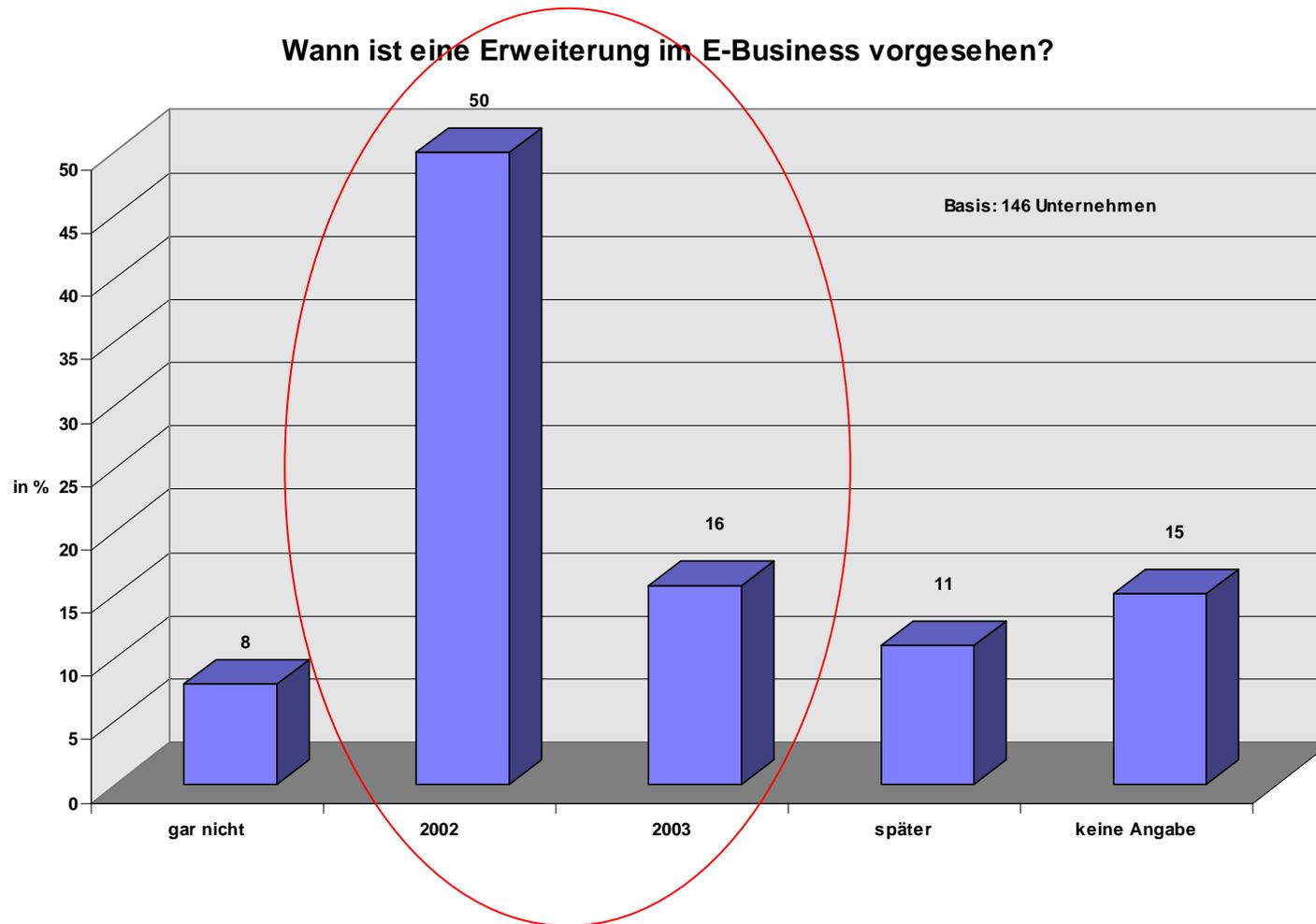
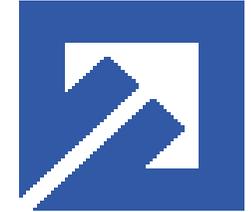
Perspektive: Mehrheit der Unternehmen plant Investitionen von bis zu 5.000 EUR im Jahr



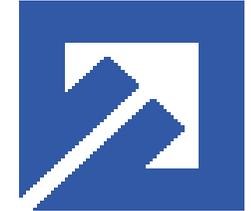
Wie viel wollen die Unternehmen im Jahr für E-Business investieren?



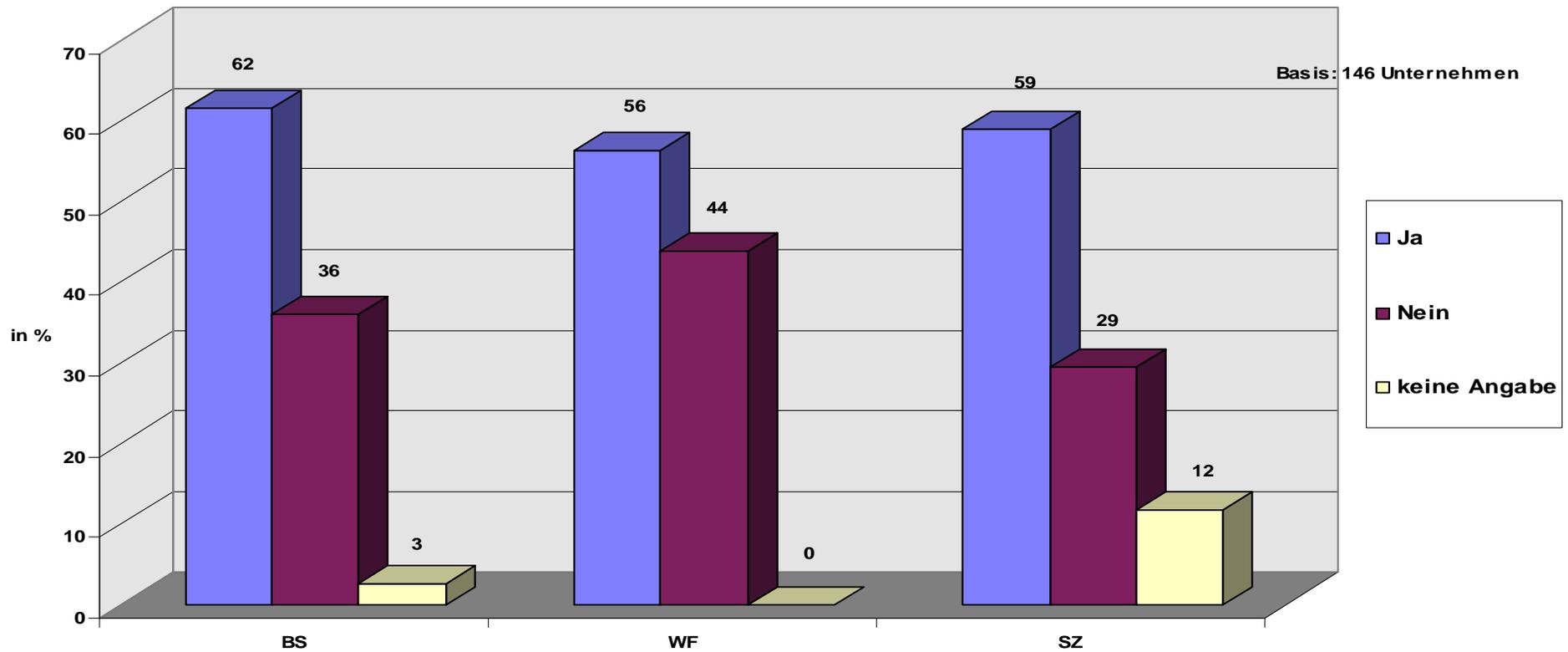
Perspektive: 50% der Unternehmen erweitern im E-Business 2002 16% im 2003



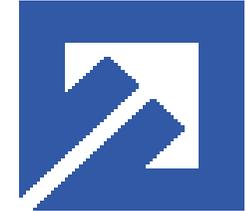
Die Mehrheit der Unternehmen gibt an, von den Großunternehmen im E-Business lernen zu können



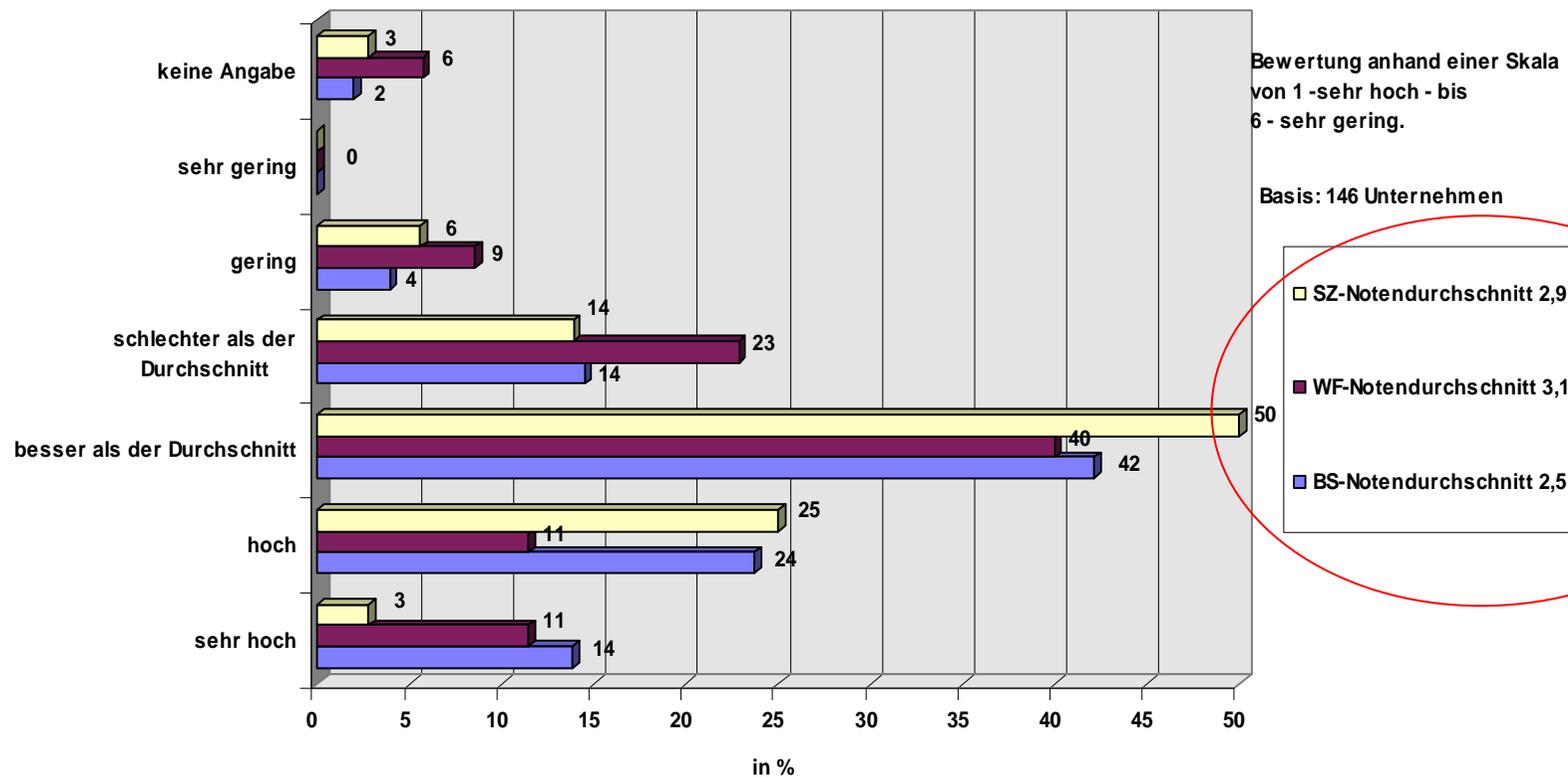
Können die Unternehmen beim E-Business von den Großunternehmen lernen?



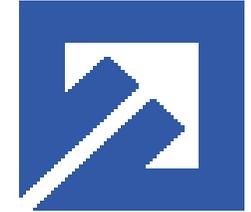
Perspektive: Die BS Unternehmen halten sich für am innovativsten



Wie innovativ ist Ihr Unternehmen?



Unser Dank gilt:



Herrn Dirk Bösenberg

Firma TEMA-Q (Meinersen)

Herrn Jürgen Mohr

Firma TEMA-Q (Meinersen)

Herrn Hans-Joachim Hennings

Wirtschaftsdezernent Stadt
Salzgitter

Herrn Christian Mehrtens

Oracle Deutschland GmbH

Herrn Uwe Lambrecht

ITU Consulting Braunschweig

Herrn Jürgen Kattenstroth

Wirtschaftsförderung des
Landkreises Wolfenbüttel

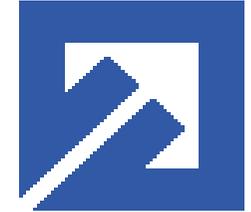
Herrn Ingo Loof

Wirtschaftsförderung der Stadt
Braunschweig

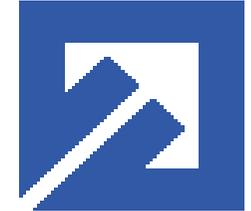
Herrn Prof. Dr. Winfried Huck

Dekan des Fachbereich Recht an
der Fachhochschule
Braunschweig/Wolfenbüttel

Und unser Dank gilt dem gesamten Projektteam:



**Anja Herschelmann
Heike Toelg
Markus Grams
Katrin Binius
Lothar Pusch
Melanie Bosse
Sven Rosenthal
Nicole Adomeit
Daniel Oehlmann
Norman Herz
Susen Zacharias
Ricarda Nagel
Detlev von Mulert
Thomas Hänsel
Marcus Tietge
Jens Gerd Wedemeyer**

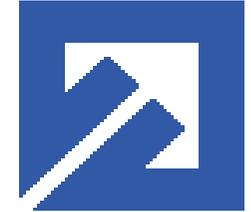


**Institut für E-Business
an der Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel**

Leitung
Prof. Dr. Reza Asghari

Studentische Projektleitung
Marc Mißling

Kontakt



Institut für E-Business
an der Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel
Karl-Scharfenberg-Straße 55/57
38229 Salzgitter

Telefon: (+49) 5331 939 5250

Telefax: (+49) 5331 939 5002

E-Mail: info@institut-e-business.de

Internet: <http://www.institut-e-business.de>

ISBN 3-925884-15-7

© Institut für E-Business an der Fachhochschule BS/WF 2002